

INFORME DE  
sostenibilidad

2013

Nuestra  
**búsqueda**  
permanente



# Sobre Coca-Cola FEMSA

GRI 2.1, 2.3, 2.4, 2.5, 2.6 Y 2.7

Coca-Cola FEMSA, S.A.B. de C.V. produce y distribuye Coca-Cola, Fanta, Sprite, Del Valle y otros productos de las marcas de *The Coca-Cola Company* en México (una parte importante del centro de México, incluyendo la ciudad de México y el sur y noreste de México), Guatemala (la ciudad de Guatemala y sus alrededores), Nicaragua (todo el país), Costa Rica (todo el país), Panamá (todo el país), Colombia (la mayoría del país), Venezuela (todo el país), Brasil (São Paulo, Campiñas, Santos el estado de Mato Grosso do Sul, el estado de Paraná, parte del estado de Goias, parte del estado de Río de Janeiro y parte del estado de Minas Gerais), Argentina (capital federal de Buenos Aires y sus alrededores) y Filipinas (todo el país), además de agua embotellada, jugos, té, isotónicos, cerveza y otras bebidas en algunos de estos territorios. La Compañía cuenta con 64 plantas embotelladoras y atiende a más de 346 millones de consumidores, a través de cerca de 2,900,000 detallistas, con más de 120,000 colaboradores a nivel mundial.

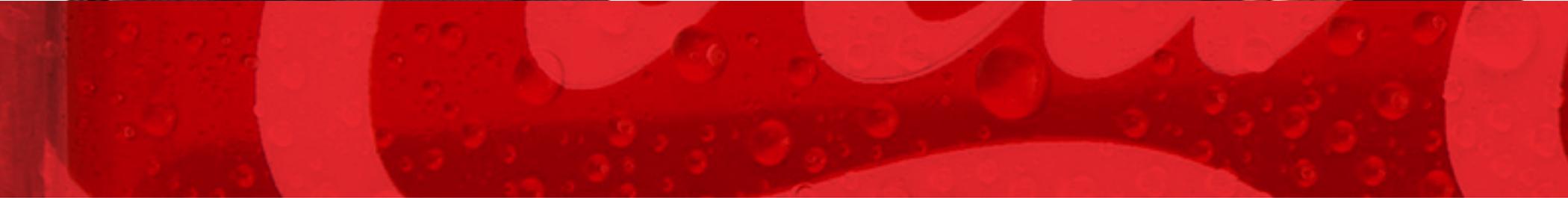
El 47.9% de nuestro capital social es propiedad de Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. (FEMSA), el 28.1% de subsidiarias de *The Coca-Cola Company*, y el 24.0% del público inversionista. Las acciones que cotizan públicamente son acciones Serie L con derechos de voto limitados, listadas en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV: KOF L) y como Certificados de Depósito Americanos (ADS por sus siglas en inglés), en el mercado de valores de Nueva York (NYSE: KOF). Cada ADS representa 10 acciones de la Serie L.

# CONTENIDO

Mensaje de la Dirección General	4
Nuestra Compañía	6
Nuestra Gente	18
Nuestra Comunidad	24
Nuestro Planeta	42
Anexo Portafolio de Productos	56
Anexo Complementario de Indicadores GRI	60
Índice Global Reporting Initiative	76
Verificación Externa	89
Datos de Contacto	91

# MENSAJE DE LA DIRECCIÓN GENERAL

GRI 1.1



En Coca-Cola FEMSA seguimos trabajando en mantener el liderazgo que nos distingue, tenemos valores y raíces sólidas que nos definen como una empresa con filosofía humanista, que orienta sus esfuerzos hacia la búsqueda permanente por contribuir en la transformación positiva de las comunidades en las que operamos.

El 2013 fue un año lleno de retos y oportunidades en el que el talento de nuestros colaboradores nos ha permitido trabajar y alcanzar nuestras metas. Tuvimos cuatro grandes transacciones que fueron enmarcadas por esfuerzos sobresalientes, en el mes de enero cerramos el acuerdo que nos permitió lograr la integración de la operación de Filipinas, continuando así con esta importante expansión geográfica que posiciona a Coca-Cola FEMSA en territorio asiático. Además se unió a nuestra familia la franquicia embotelladora de Grupo Yoli, empresa de gran tradición en México, con presencia en el estado de Guerrero y algunas localidades de Oaxaca. Continuando con los esfuerzos de crecimiento, en Brasil logramos cerrar, entre agosto y octubre de 2013, la adquisición de dos grandes empresas, Compañía Fluminense de Refrigerantes y Spaipa S.A. Industria Brasileira de Bebidas, logrando con estas integraciones ampliar nuestro mercado para atender diariamente a más de 72 millones de consumidores en Brasil.

Adoptamos la sostenibilidad como una parte integral de nuestra estrategia de negocio y la toma de decisiones cotidiana. Forjada sobre una ética de trabajo basada en valores, nuestra visión es garantizar la sostenibilidad de nuestro negocio y transformar positivamente a nuestras comunidades a través de la creación simultánea de valor económico, social y ambiental.

Como reconocimiento a nuestros esfuerzos y compromiso con la sostenibilidad en 2013, fuimos seleccionados por tercer año consecutivo para pertenecer al Índice de Sustentabilidad y Responsabilidad Social de la Bolsa Mexicana de Valores. Adicionalmente, a partir de septiembre formamos parte del Dow Jones Sustainability Index de Mercados Emergentes, siendo una de las sólo cuatro empresas mexicanas seleccionadas y la única empresa mexicana de bebidas considerada en este Índice que reconoce, a nivel internacional, el liderazgo de las empresas en temas de sostenibilidad. Este logro nos motiva a seguir trabajando en mejorar nuestras prácticas y reforzar nuestro compromiso de creación de valor.

Agradecemos su interés por los resultados 2013 de Coca-Cola FEMSA, valoramos el tiempo invertido en conocer más sobre las iniciativas para contribuir positivamente en nuestras comunidades con programas que buscan el desarrollo integral de nuestros colaboradores, iniciativas que promueven estilos de vida saludable y el desarrollo de nuestras comunidades, así como el cuidado del medio ambiente. Seguiremos desarrollando nuestros esfuerzos poniendo especial atención a los retos globales que enfrentamos, siempre con la pasión por crecer y transformar que nos caracteriza, para seguir deleitando con excelencia a nuestros consumidores.

Atentamente

**Carlos Salazar Lomelín**

Director General Ejecutivo FEMSA

**John Santa María Otazua**

Director General Ejecutivo Coca-Cola FEMSA



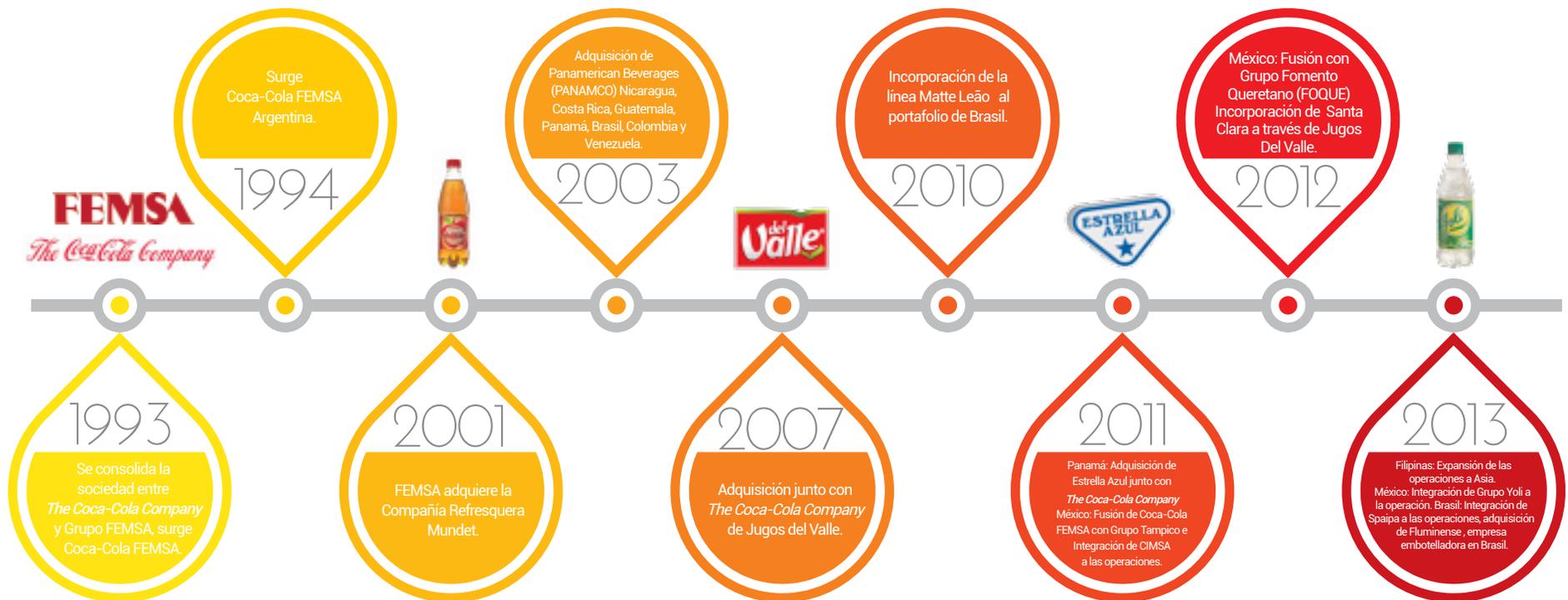
# Nuestra COMPAÑÍA

# Coca-Cola FEMSA HOY

GRI 2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 2.5, 2.7, 2.8

Nuestra organización se encuentra firmemente cimentada en la historia y la tradición de dos grandes instituciones, FEMSA y *The Coca-Cola Company*, quienes en 1993 se asociaron, dando origen como empresa pública a lo que es hoy Coca-Cola FEMSA: El embotellador más grande de productos Coca-Cola en el mundo.

Operamos en América Latina y Asia, dos de las regiones más atractivas para la industria, teniendo presencia en: México, Costa Rica, Panamá, Nicaragua, Guatemala, Colombia, Venezuela, Argentina, Brasil y Filipinas.



COCA-COLA FEMSA, EL EMBOTELLADOR PÚBLICO MÁS GRANDE DEL MUNDO  
OPERANDO EN DOS DE LAS REGIONES MÁS ATRACTIVAS DE SU INDUSTRIA...





# LA MAYOR EMPRESA DE BEBIDAS DE AMÉRICA LATINA

*Oficinas Centrales: Ciudad de México*

*Colaboradores: más de 120,000 personas*  
*ingresos superiores a los US\$13.76 billones*

*EBITDA: Ps. 28,594 millones*

*Plantas embotelladoras: 64*

*Centros de Distribución: 329*

*+ de 346 millones de consumidores*

*Cerca de 2.9 millones de puntos de venta*

*4,000 millones de caja unidad*

# RESULTADOS DEL NEGOCIO

GRI 2.8, 2.9, EC1, S07, PR9

En línea con el marco estratégico de Coca-Cola FEMSA, seguimos trabajando para impulsar los cinco pilares que nos permiten continuar generando valor a través del tiempo a nuestros colaboradores, socios comerciales, clientes, comunidades, accionistas y grupos de interés cercano:

- ▶ Propiciar el máximo potencial de la operación de nuestros negocios actuales
- ▶ Buscar la innovación constante
- ▶ Generar crecimiento a través de fusiones y adquisiciones
- ▶ Gestionar los riesgos de nuestro entorno
- ▶ Consolidar capacidades organizacionales

*Durante 2013 obtuvimos un incremento del 5.2% en volumen de ventas, que representa 3,204.6 millones de cajas unidad vendidas, lo que impactó positivamente a nuestros ingresos con un incremento del 5.6%, que representa Ps. 156,011 millones.*

*Nuestra utilidad de la operación fue de Ps 21,450 millones, alcanzando un margen de la operación de 13.7%*

<sup>[1]</sup> Los procesos de integración de Grupo Yoli, Spaipa, Fluminense y las operaciones de embotellado en Filipinas, se realizaron dentro del marco legal vigente y en cumplimiento con las regulaciones de competencia correspondientes.

## Fusiones y adquisiciones<sup>[1]</sup>:



México:

Durante 2013 integramos a nuestras operaciones a Grupo Yoli, empresa de gran tradición en México en los estados de Guerrero y parte de Oaxaca, esta adhesión representó para nuestro negocio un incremento en volumen de 99 millones de cajas unidad.



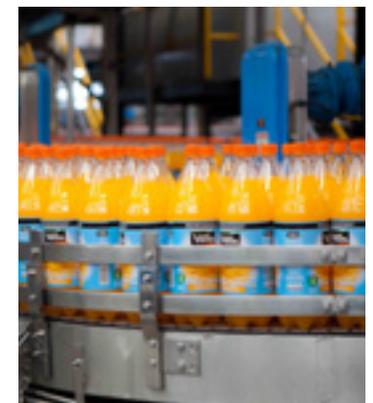
Brasil:

En Brasil dimos la bienvenida a la Familia de Coca-Cola FEMSA a dos grandes organizaciones, Fluminense y Spaipa; ambas integraciones han contribuido a incrementar nuestro volumen de ventas en más de 270 millones de cajas unidad, atendiendo a 22 millones de consumidores, a través de 132 mil puntos de venta.



Filipinas:

Durante 2013, en acuerdo con *The Coca-Cola Company*, adquirimos una participación mayoritaria de las operaciones de embotellado de Filipinas, a través de *Coca-Cola Bottlers Philipines Inc. (CCBPI)*, lo que incrementó el volumen de ventas en 515 millones de cajas unidad, atendiendo a 101 millones de consumidores, por medio de 925 mil puntos de venta.



# Impacto Económico



\*Cifras en millones de pesos mexicanos.

Para más información  
sobre resultados del  
negocio, favor de  
consultar nuestro  
Informe Anual  
2013



# PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

GRI 2.2, PR1, PR2, PR9, FP5, FP6, FP7

Para satisfacer las necesidades de hidratación de nuestros consumidores, contamos con un amplio portafolio, integrado por 116 marcas, incluyendo refrescos, aguas con o sin gas, té listo para beber, café, jugos y néctares, bebidas a base de frutas, bebidas para deportistas, bebidas energéticas y bebidas fortificadas. De nuestra oferta de bebidas en Coca-Cola FEMSA, el 20.6% corresponde a productos reducidos o sin calorías y el 3.2% a bebidas vitaminadas, fibras, minerales o suplementos nutricionales agregados, representando un 23.8% de nuestro portafolio.

A través del 100% de nuestro portafolio, buscamos satisfacer las diferentes necesidades de hidratación y consumo en el mercado, proveer bebidas para cada estilo de vida, gusto y ocasión y en un estricto sentido de la calidad, que pueda ser confiable en todo momento.

Para Coca-Cola FEMSA es muy importante garantizar la calidad a lo largo de todo el ciclo de vida de nuestros productos y en consistencia, como parte del Sistema Coca-Cola,

operamos de acuerdo con los "Requerimientos Operativos de Coca-Cola" (KORE por sus siglas en inglés). *The Coca-Cola Company* garantiza desde su diseño que los productos cumplan con los más altos estándares en salud y seguridad, así mismo trabajamos para garantizar que los ingredientes, materiales y procesos empleados para la elaboración de nuestros productos sean correctos. También cuidamos los impactos propios de la industria embotelladora, que pudieran ser generados por los procesos de producción, empaque, distribución, venta y manejo de residuos post-consumo.

Trabajamos bajo el Sistema de Gestión de Inocuidad Alimentaria, que nos permite garantizar el cumplimiento legal de los países en los que operamos; en consistencia, el 100% de nuestras plantas cuenta con la certificación FSSC22000, que engloba los estándares internacionales reconocidos como ISO 22000 y PAS220, para garantizar la inocuidad y seguridad alimentaria de nuestros procesos y productos.

Durante 2013 no se presentaron incidentes por algún tipo de incumplimiento o multas relacionadas con impactos en la salud y seguridad por el consumo de nuestros productos, así como referentes a la normativa sobre uso y suministro de productos, que ocasionaran multas. Adicionalmente contamos con canales de diálogo permanente mediante los cuales nos comunicamos con nuestros grupos de interés para dar tratamiento a cualquier tipo de inquietud sobre nuestros productos. Ver sección Grupos de Interés y Canales de Diálogo dentro de este mismo informe.



# MERCADOTECNIA RESPONSABLE

GRI PR3, PR4, PR6, PR7, PR9, FP8

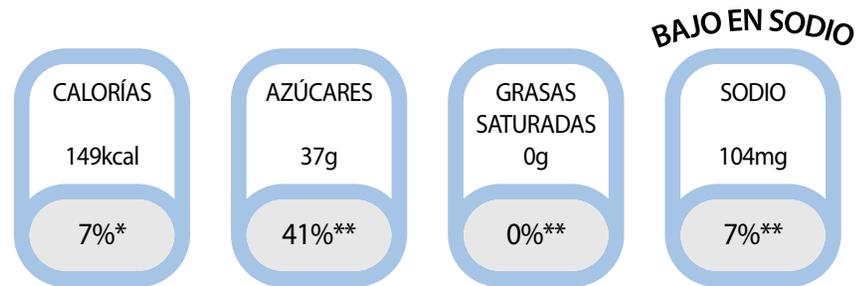
En Coca-Cola FEMSA respetamos el derecho de nuestros clientes para tomar de manera libre sus decisiones de compra y recibir información de interés que les permita fundamentar dichas decisiones. Es por ello que en cada uno de los productos que forman parte de nuestro portafolio hemos integrado las Guías Diarias de Alimentación (GDA's), que son una referencia para que nuestros clientes y consumidores tengan información suficiente para planear una dieta correcta de acuerdo a sus necesidades, a partir de gráficas con información sobre contenido calórico y nutrimental (calorías, azúcares, grasas y sodio), que permiten saber qué porcentaje de la ingesta diaria recomendada representa cada bebida, con base en una dieta de dos mil calorías.



En cumplimiento de la política de Mercadotecnia Responsable de *The Coca-Cola Company* nuestros mensajes publicitarios no son dirigidos a medios cuyos públicos objetivo son niños menores a 12 años. En México, adicionalmente damos cumplimiento al Código para la Autorregulación de Publicidad de Alimentos y Bebidas no Alcohólicas dirigida al Público Infantil (Código PABI).

Adicionalmente, cuidamos los lineamientos de venta a través del cumplimiento de la Política de Venta de Productos en Escuelas de *The Coca-Cola Company*, que establece el no ofertar nuestros productos en escuelas primarias, a menos que padres de familia o autoridades escolares lo soliciten, en cuyo caso ofrecemos sólo los autorizados bajo los lineamientos de venta de productos. Como parte de nuestro compromiso verificamos y monitoreamos el efectivo cumplimiento de ambas políticas en nuestra operación.

Durante 2013 pudimos dar cumplimiento tanto a las políticas de *The Coca-Cola Company* como a las regulaciones de los países en donde operamos, lo que contribuyó a que no se registrara algún tipo de incidente o multas relacionadas con incumplimiento a regulaciones gubernamentales sobre temas relacionados con impactos en salud, seguridad de nuestros consumidores, publicidad y etiquetado de nuestros productos.



\*BASADO EN UNA DIETA DE 2000 kcal.

\*\*% DE LOS NUTRIENTES DIARIOS RECOMENDADOS, BASADOS EN UNA DIETA DE 2000 kcal, LA CUAL PUEDE VARIAR DEPENDIENDO DEL INDIVIDUO.

# ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

GRI 1.2, 4.9, 4.10 y 4.11

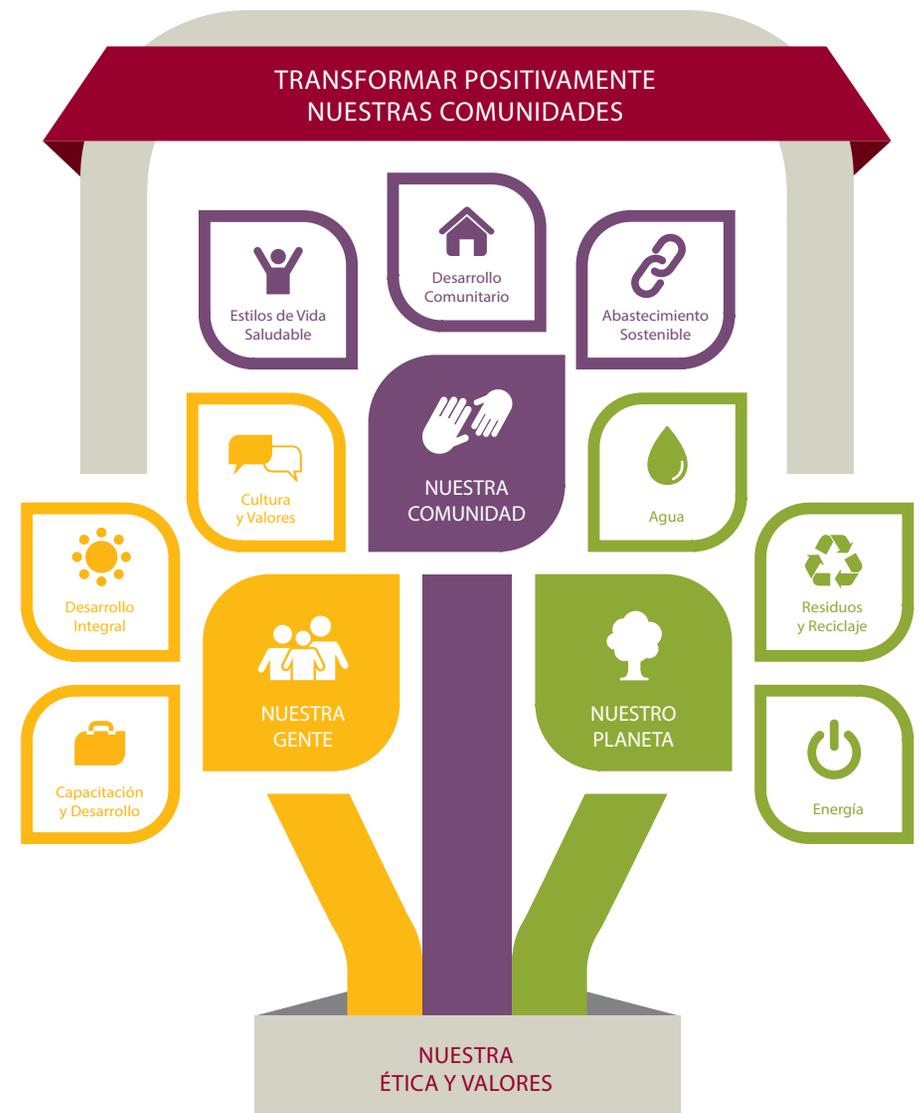
El desarrollo sostenible es parte de la estrategia de Coca-Cola FEMSA, en 2012 hicimos una redefinición de nuestra Estrategia de Sostenibilidad a largo plazo, alineada con los objetivos de sostenibilidad de nuestros socios estratégicos, tanto FEMSA como *The Coca-Cola Company*, a aquellos temas en los que podemos generar mayor valor y con ello favorecer la transformación positiva de las comunidades en donde operamos.

En Coca-Cola FEMSA estamos convencidos de que nuestras acciones deben estar sustentadas en la ética y en nuestros valores, es por ello que consideramos estos elementos como base dentro de la estrategia, y de ellos se derivan los tres ejes rectores: Nuestra Gente, Nuestra Comunidad y Nuestro Planeta, que a su vez abordan cada uno tres áreas de acción.

En su conjunto la Estrategia de Sostenibilidad conforma un árbol que da vida a la forma en cómo visualizamos nuestra estrategia. Continuamente desarrollamos programas para asegurar la creación de valor social y económico, impulsando la calidad de vida de nuestros empleados, promoviendo una cultura de salud y bienestar, apoyando a las comunidades que nos rodean y minimizando el impacto ambiental de nuestras operaciones. Asimismo, hemos logrado establecer un marco formal de la Estrategia de Sostenibilidad, a partir de la Política de Sostenibilidad de Coca-Cola FEMSA, que tiene como principio fundamental:

“Generar las condiciones económicas, sociales y ambientales necesarias para operar y crecer en el tiempo en armonía con el entorno por lo que cada operación debe integrar en su plan de negocios la estrategia de sostenibilidad basada en la ética y los valores de Coca-Cola FEMSA, enfocada en la gente, planeta y comunidad”

Extracto de la Política de Sostenibilidad de Coca-Cola FEMSA.





NUESTRA  
GENTE

## Nuestra Gente:

Por medio de programas que impulsan el crecimiento profesional y personal, buscamos el desarrollo integral de nuestros colaboradores y sus familias.



NUESTRA  
COMUNIDAD

## Nuestra Comunidad:

Buscamos impactar a las comunidades en donde operamos, comprometiéndonos con su transformación positiva.



NUESTRO  
PLANETA

## Nuestro Planeta:

Incidimos en pro de una cultura de cuidado ambiental y actuamos de manera proactiva en reducir nuestros impactos ambientales.

Somos conscientes de que para lograr que la Estrategia de Sostenibilidad sea puesta en práctica se requiere que pueda permear en toda la organización, es por ello que buscamos tener comunicación permanente con nuestros colaboradores a través de distintos medios, como por ejemplo, la revista interna "Juntos", que nos ayuda a estimular su involucramiento a partir de la oferta de programas de voluntariado disponibles, así como la actualización de información relevante relacionada con los avances e impactos generados en nuestro entorno.

Para lograr nuestro objetivo de transversalidad de la Estrategia de Sostenibilidad a todos los niveles, dentro de los Factores Críticos de Éxito de la Dirección General se han considerado temas relacionados con sostenibilidad, y en consistencia su evaluación se realiza conforme a cumplimiento. El área responsable del seguimiento y consolidación de la Estrategia de Sostenibilidad es la Dirección de Desarrollo Social y Laboral, asimismo la Dirección de Asuntos Corporativos de cada operación gestiona todos los temas relacionados con riesgos gubernamentales y sociales. En relación a los indicadores medio ambientales, la Dirección Técnica, quien reporta directamente a la Dirección General de Coca-Cola FEMSA, tiene la responsabilidad de consolidar dichos indicadores, los cuales se encuentran alineados a las metas de *The Coca-Cola Company*.

Adicionalmente ponemos en marcha mecanismos que nos permiten trabajar de manera activa en nuestras áreas de acción como: Educación, innovación, impulso a políticas públicas, establecimiento de alianzas multisectoriales, inversión y voluntariado, entre otros.

Como resultado de las buenas prácticas de nuestra Estrategia de Sostenibilidad, logramos permanecer en el Índice de Sustentabilidad y Responsabilidad Social de la Bolsa Mexicana de Valores, así como la incorporación de Coca-Cola FEMSA al Dow Jones Sustainability Index (DJSI)



Hacer un ejercicio de evaluación de nuestro desempeño, tanto interno como externo, nos permite identificar áreas en las que se pueden generar diferentes riesgos para nuestra operación, que están relacionados directamente con nuestro negocio, por lo que uno de los principios esenciales es accionar prácticas que nos permitan gestionar dichos riesgos, con el fin de evitar un impacto negativo en nuestro entorno y para con nuestros clientes.

# ESTUDIO DE MATERIALIDAD

Como punto de partida para la actualización de nuestra Estrategia de Sostenibilidad y buscando enfocar nuestros esfuerzos hacia donde podemos maximizar el impacto positivo de nuestras acciones, realizamos un ejercicio de definición de los temas materiales relevantes tanto para el negocio como para nuestros grupos de interés.

Con el objetivo de identificar nuestros temas materiales, se llevó a cabo una revisión de documentación y procesos internos que contienen elementos relevantes relacionados a nuestras acciones de sostenibilidad, entre otras acciones, se realizaron entrevistas a ejecutivos clave, diálogos con representantes de grupos de interés externos y se identificaron

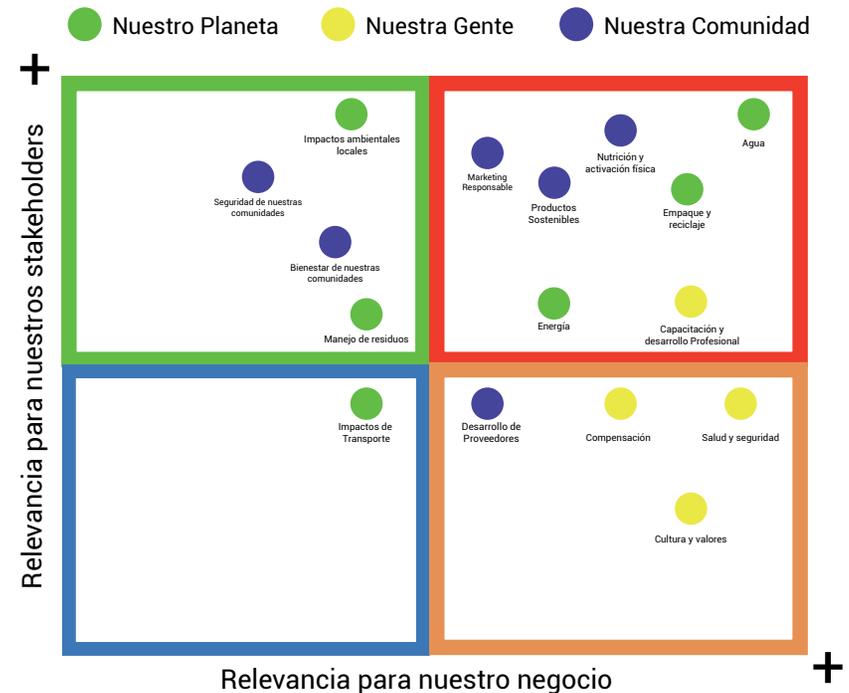
mejores prácticas de empresas líderes globales en sostenibilidad. Adicionalmente, en 2013 se llevaron a cabo diálogos con expertos en sostenibilidad y con colaboradores, a través de los cuales se validó la vigencia de los temas de enfoque materiales identificados en 2012.

A partir de este ejercicio, y de ponderar la relevancia de los temas, en función de la importancia que estos tienen para el éxito de la empresa, así como también para nuestros distintos grupos de interés, estos se agruparon mediante un eje base; tres ejes rectores; nueve áreas de acción y diecinueve temas de enfoque.

Los temas materiales para nuestro negocio, derivados de las nueve áreas de acción, cuentan con las siguientes características:

- Son aquellos en los que cada Coca-Cola FEMSA, por sus características y/o giro empresarial, puede generar un mayor valor.
- Son temas en los que se cuenta con un grado de madurez suficiente que permite ser actualmente, o poder ser agentes de cambio.
- Se han realizado inversiones previas en estos temas.
- Cuentan con elementos que pueden convertirse en ventaja competitiva y permitirnos destacar en el mercado.
- Son importantes para nuestros grupos de interés y hemos identificado que con algunos de ellos podemos sumar esfuerzos para generar transformaciones positivas.

Derivado de estos temas materiales hemos identificado los más prioritarios para nuestros grupos de interés y en consistencia hemos iniciado acciones para responder a las expectativas y necesidades siendo: nutrición y activación física, capacitación y desarrollo, desarrollo social, gestión del agua, uso energético y empaque y reciclaje.



# Temas de enfoque de Coca-Cola FEMSA





Nuestra GENTE

En Coca-Cola FEMSA estamos comprometidos con nuestros colaboradores y sus familias a través del desarrollo integral, la gestión del talento y el respeto a los derechos humanos, siempre alineados con nuestra cultura y valores.

Somos más de 120,000 colaboradores con operaciones en 10 países, compartiendo la misma misión: Deleitar al consumidor de bebidas. Para lograr este propósito resulta fundamental contar con el talento adecuado en la posición idónea para su desarrollo, potenciando sus habilidades, conocimiento y experiencia.

Buscamos la integración de estos elementos en la persona, ya que deseamos que sean capaces de enfrentarse a las exigencias de los retos actuales.

## CULTURA Y VALORES

En Coca-Cola FEMSA, los principios que nos definen han permitido la consolidación de nuestro negocio. Esta filosofía organizacional es un activo de la empresa que nos hace diferentes a los demás, a la vez que nos integra y nos da solidez; define nuestra forma de trabajar, creer y avanzar; además de ser la expresión más profunda y completa de lo que somos.

¡Lo mejor de Coca-Cola FEMSA es nuestra gente!

### MISIÓN:

Satisfacer y agradar con excelencia al consumidor de bebidas.

### VISIÓN:

Ser el mejor embotellador del mundo, reconocido por su excelencia operativa y la calidad de su gente.

### VALORES:

- Pasión por el servicio y enfoque al Cliente/Consumidor.
- Innovación y Creatividad.
- Calidad y Productividad.
- Respeto, Desarrollo Integral y Excelencia del Personal.
- Honestidad, Integridad y Austeridad.

# CAPACITACIÓN Y DESARROLLO

GRI LA10, LA11

En Coca-Cola FEMSA buscamos ser el mejor lugar para trabajar, a través del desarrollo de las capacidades en nuestros colaboradores, para así responder a los retos actuales y futuros de nuestro negocio.

La Gestión del Talento de Coca-Cola FEMSA está sustentada en los lineamientos estratégicos de nuestro negocio. Se basa en el proceso continuo de desarrollar capacidades en nuestra gente, para enfrentar los retos actuales y futuros que nos demandan nuestras operaciones.

Un elemento central del Modelo de Gestión de Talento en Coca-Cola FEMSA es el proceso de Planeación de Recursos Humanos y de Desarrollo de Recursos Humanos. A través de éste se identifican las rutas de carrera de nuestros colaboradores, así como sus competencias a fortalecer para determinar el plan de crecimiento y desarrollo de nuestra gente, con la finalidad de llevarlos a su máximo potencial, para afrontar los retos de crecimiento del negocio.

El proceso de Desarrollo está basado en el Modelo 70%/20%/10%, es decir que creemos que el 70% del desarrollo se da a través de experiencias críticas, el 20% por medio de procesos de mentoring y coaching y el 10% a través de entrenamiento virtual y presencial. Esta metodología permite ofrecer a nuestros colaboradores una oferta formativa integral, a través de una "Agenda de Desarrollo" con herramientas ajustadas para atender las necesidades de capacitación y desarrollo de los diferentes niveles de la organización.

Durante 2013, realizamos más de 500 "Agendas de Desarrollo" a nuestros Directores y Gerentes, enfocadas principalmente a desarrollar competencias tales como Dirección Estratégica, Relaciones Estratégicas, Visión de Negocio y Desarrollo de Talento.

Para el desarrollo de las competencias, contamos además con entrenamientos virtuales y presenciales, en 2013 invertimos más de US\$13 millones en el desarrollo de nuestra gente, que corresponden a 2.1 millones de horas presenciales y más de 160,000 horas virtuales. Esto incluye maestrías, diplomados, especializaciones, cursos por función, programas institucionales, escuela de idiomas, escuela comercial y de manufactura, entre otros.

Además de las "Agendas de Desarrollo", en el 2013 continuamos fortaleciendo nuestras capacidades en los procesos de integración a través de la metodología de "Células de Entrenamiento", que permiten la inmersión de ejecutivos de diferentes funciones en el conocimiento de las mejores prácticas de la organización para asegurar su réplica en los nuevos territorios. En el 2013, impactamos los resultados del negocio a través de más de 228 personas, participando en "Células de Entrenamiento" con metodologías tales como: "task force", "implementor", "cross fertilization" y "one to one".

Siguiendo con la iniciativa de fortalecer nuestra oferta formativa, en conjunto con FEMSA, nos apoyamos en instituciones académicas de reconocido prestigio con las cuales formamos relaciones de colaboración, que nos permiten garantizar actualidad y excelencia académica en la formación de ejecutivos.



Es así como la Gestión de Talento en Coca-Cola FEMSA está construida por un ciclo que comprende las estrategias del negocio, las de las personas y las metodologías de desarrollo, para acelerar los planes de sucesión de talento e incentivar el crecimiento del talento interno.

# Durante 2013:

El 64% de las posiciones gerenciales y directivas fueron cubiertas por personal interno.

El número de horas promedio de capacitación por empleado fue de 30 horas, cubrimos el 100% la "Agenda de Desarrollo" a nivel directivo, tuvimos una cobertura del 86% en capacitación, más de 2.1 millones de horas de capacitación presenciales y más de 160,000 virtuales con una inversión de más de US\$13 millones.

## DESARROLLO INTEGRAL

GRI LA8

En Coca-Cola FEMSA estamos comprometidos con el bienestar de nuestros colaboradores y de sus familias, por lo que trabajamos en acciones enfocadas al desarrollo de las personas para que, a través de ellas, Coca-Cola FEMSA siga creciendo como Organización.

Desde hace 104 años, a través de nuestro socio estratégico FEMSA, hemos trabajado en iniciativas de Desarrollo Social basadas en un esquema integral, fundamentado en una filosofía de trabajo y de vida, que tiene como objetivo el bienestar de nuestro personal y de su entorno. Lo anterior, nos ha permitido convertirnos en pioneros y líderes en la búsqueda del desarrollo de nuestro personal y en su trascendencia en la comunidad.

## Sistema de Desarrollo Social

En los últimos años nuestra Organización ha evolucionado sus procesos y modelos de gestión, para adaptarse a los diferentes contextos y territorios en los que operamos. Nuestro concepto de Desarrollo Social no ha sido la excepción, de tal forma que desde hace seis años hemos trabajado bajo un Sistema de Desarrollo Social basado en una metodología que nos permite detectar las necesidades de nuestros colaboradores, a través de esquemas participativos o grupos que actúan como voceros y nos ayudan a mejorar la calidad de vida de nuestra gente.

Con el fin de promover el desarrollo integral de nuestros colaboradores y de sus familias, tomamos como base 7 dimensiones y desarrollamos iniciativas alineadas a sus necesidades, las cuales a continuación presentamos, junto con algunos ejemplos de los programas de mayor impacto que realizamos durante el 2013.



### Laboral

Buscamos un excelente desempeño de nuestros colaboradores en el ámbito laboral y personal, por lo que fomentamos la armonía laboral, el trato digno y la generación de sentido de pertenencia en la empresa. Durante el 2013, realizamos 38 actividades en esta dimensión, logrando beneficiar a más de 127 mil personas.

**Reconocimientos de Antigüedad:** Con el fin de premiar el compromiso y la dedicación, durante el 2013 entregamos 3,728 reconocimientos a los colaboradores que cumplieron 5, 10, 15, 20, 25, 30 y 35 años de servicio en la empresa.



### Educación

Impulsamos el continuo desarrollo del patrimonio intelectual y cultural, a través de 9 actividades que lograron beneficiar a 14 mil personas durante el 2013.

**Niños KOF:** Es un programa con más de 10 años en Coca-Cola FEMSA, que tiene como objetivo promover buenos hábitos de estudio en los hijos de nuestros colaboradores, además de reforzar la convivencia entre el colaborador y su familia. Durante el 2013, a través de este programa beneficiamos a 3,200 hijos de colaboradores.



### Salud

Apoyamos acciones y programas que promuevan una cultura de salud, prevención y auto responsabilidad para mejorar la calidad de vida. Durante el 2013, tuvimos 23 actividades en esta dimensión, logrando beneficiar a cerca de 99 mil personas.

**Feria de la Salud:** Consiste en un evento donde ponemos al alcance de nuestros colaboradores una amplia variedad de servicios médicos, información y programas de prevención, extensivos a su familia. En 2013, beneficiamos a más de 31 mil colaboradores a través de esta iniciativa en los países donde operamos.

## Valores

Promovemos la vivencia de nuestros valores para fomentar la sana convivencia entre nuestros colaboradores, impulsando así la formación de personas ejemplares en la comunidad. Durante el 2013, tuvimos 17 actividades que lograron beneficiar a más de 224 mil personas.

**Concurso de Dibujo:** Durante el 2013, organizamos el 13° Concurso de Dibujo, con el tema de Cultura de la Legalidad, logrando la participación de más de 1,500 hijos de colaboradores de todas nuestras operaciones, que demostraron su interés en la legalidad, a través de acciones positivas y que cumplen con la ley.

## Económica

Fomentamos entre nuestros colaboradores y sus familias la protección y construcción de un patrimonio adecuado a sus necesidades presentes y futuras, logrando beneficiar a más de 26 mil personas, a través de 7 actividades.

**Comunidad KOF:** Una de las iniciativas más significativas de Coca-Cola FEMSA es la creación de convenios de afinidad/descuentos, enfocados a mejorar el poder adquisitivo del colaborador y su familia. Durante el 2013, logramos consolidar convenios en nuestras operaciones de México, Centroamérica y Colombia, en temas de salud, entretenimiento, alimentos y bebidas, educación, entre otros.

## Familia

Fomentamos un núcleo afectivo y formativo fuertemente constituido, a través de actividades de integración, fomento de valores familiares y de vinculación familia- persona, logrando en el 2013 beneficiar a 139 mil personas.

**Día de la Familia:** Es una iniciativa vigente en México, Brasil, Filipinas y Centroamérica, en la que a través de distintas actividades reforzamos el núcleo familiar y la convivencia entre los colaboradores y sus familias durante un día, logrando la participación de 38 mil personas durante el 2013.

## Social y Medio Ambiente

Promovemos entre los colaboradores y sus familias la participación cívica y social, la co-

responsabilidad por el bien común, el respeto a los derechos humanos, a las leyes y el cuidado del medio ambiente. Durante el 2013, creamos una red de 17,531 voluntarios que invirtieron 71 mil horas para el beneficio de la comunidad.

**Limpieza de Cuerpos de Agua:** Siendo una de nuestras iniciativas más emblemáticas de voluntariado, el programa de "Limpieza de Cuerpos de Agua" busca que nuestros colaboradores y sus familias apoyen durante un día en la colecta de basura, con la finalidad de cuidar el medio ambiente. Durante el 2013, se dedicaron 27 mil horas de voluntariado a esta iniciativa.

*Durante el 2013, Coca-Cola FEMSA logró beneficiar a más de 666 mil personas, a través de las distintas actividades alineadas a las 7 dimensiones y que buscan el bienestar y desarrollo integral de nuestra gente.*

## Actitud KOF

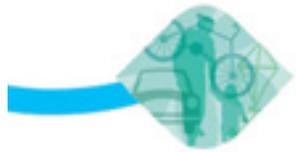
En Coca-Cola FEMSA ofrecemos a nuestros colaboradores innovadoras opciones para promover la adopción de hábitos que fomenten el cuidado de la salud, la generación de valor a través de la efectividad y la eficiencia laboral, así como el cuidado del medio ambiente. De esta manera, en 2013 se lanza el programa "Puntos Verdes" de "Actitud KOF" en las oficinas Corporativas.

El programa opera mediante la asignación de puntos, que son acreditados a través de códigos de acuerdo a la acción realizada. Una vez realizada la acción, los códigos son ingresados por cada colaborador en su perfil, lo que mantiene actualizado cada estado de cuenta, mediante el cual, los puntos obtenidos podrán ser canjeados por recompensas.



**PUNTOS VERDES  
ACTITUD KOF**

# PUNTOS VERDES, PILARES DEL PROGRAMA:



## Calidad de vida:

A través de promoción de estilos de vida saludable, actividad física y el cuidado de nuestra salud.



## Cultura de trabajo:

Mediante el trabajo en equipo, la eficiencia de nuestros tiempos y procesos, así como el uso racional de nuestros recursos.



## Cuidado del medio ambiente:

A través de iniciativas que fomenta la preservación del medio ambiente y que mitigan el impacto que nuestras acciones pueden generar en éste.

Durante el primer año de esta iniciativa, se ha involucrado en alguno de estos programas el 70% de los colaboradores de la oficina corporativa, generando los siguientes impactos:

Hemos dejado de emitir más de:

5.9 toneladas

de CO<sub>2</sub>e

**Auto Compartido** 

Auto Compartido: 289 personas comparten su auto para llegar a la oficina.

**Uso de transporte público** 

Uso de transporte público: 215 personas utilizan el transporte público para llegar a la oficina.

**Uso de transporte de la empresa** 

Uso de transporte de la empresa: 439 personas han usado las rutas KOF.

**Uso de Bicicleta** 

Uso de Bicicleta: 21 personas han utilizado su bicicleta como medio de transporte para llegar a la oficina o llegan caminando a ella.

**Llegada Temprano** 

Llegada Temprano: 365 personas llegan a la oficina antes de las 8:00 hrs.



Nuestra COMUNIDAD

En Coca-Cola FEMSA buscamos generar las condiciones económicas, sociales y ambientales necesarias para operar y crecer en el tiempo, en armonía con las comunidades a las que tenemos el privilegio de servir.

GRI 4.12, EC8, SO1, SO9, SO10 y FP4

Contribuir al bienestar económico social y ambiental de nuestras comunidades así como promover estilos de vida saludable alineados a una nutrición adecuada forma parte de nuestro compromiso. En Coca-Cola FEMSA, durante 2013 hemos puesto en marcha programas sostenibles que buscan impulsar estas áreas de acción que hemos definido como prioritarias en nuestra Estrategia de Sostenibilidad.

*Durante 2013 invertimos más de US\$4.4 millones en programas tanto de promoción de estilo de vida saludable como de desarrollo comunitario, logrando impactar a más de 550,000 personas. Además, a través de nuestras iniciativas de donativos y patrocinios hemos logrado beneficiar a más de 500,000 personas a través de más de US\$550 mil en donativos y patrocinios monetarios y en especie.*

## ESTILOS DE VIDA SALUDABLE

En Coca-Cola FEMSA ofrecemos diversas alternativas en un amplio portafolio de bebidas fabricadas con los más altos estándares de calidad en la industria, que se ajustan a los diferentes estilos de vida de nuestros consumidores. Además, creemos que fomentar un equilibrio físico y mental es parte del compromiso por impulsar el bienestar

integral de las personas. Para ello promovemos, a través de diferentes programas, actividades que fomentan el ejercicio físico y una actitud positiva.

### Apúntate a Jugar (Centroamérica, Argentina y Colombia)

“Apúntate a Jugar” es un programa desarrollado en Costa Rica, Panamá, Nicaragua, Guatemala y Colombia, que además cuenta con un equivalente en Argentina llamado “Dale Juguemos”. En todos los países mencionados existe el apoyo de los Ministerios de Educación.

En Centroamérica, este programa es desarrollado por la escuela de Ciencias del Movimiento Humano y Calidad de Vida de la Universidad Nacional de Costa Rica y está dirigido a docentes de todas las disciplinas para que comprendan el valor de ser promotores del deporte para sus estudiantes, mediante diversas dinámicas de aprendizaje.



La meta es que los niños desarrollen el gusto por la actividad física durante toda su vida y que estimulen sus destrezas, aprendan valores como la solidaridad, el respeto, la tolerancia y el compañerismo. Este programa tiene cuatro componentes:



“Apúntate a Jugar” ha beneficiado en la región a 284,964 niños a través de la capacitación de 1,086 docentes y de la donación de implementos deportivos a 630 escuelas públicas en Centroamérica, que hoy se apuntan a saltar la cuerda, a lanzar frisbees, a mover aros, a correr con sacos y a realizar otras rutinas de ejercicios.

En Argentina, a través de “Dale Juguemos”, programa desarrollado por Fundación Educacional, logramos la activación en 60 escuelas durante 2013, llegando a 20,806 alumnos y 863 docentes; además, como resultado de este esfuerzo, el Ministerio de Educación de Argentina declaró esta iniciativa como un programa de interés educativo. En Colombia, se ha logrado impactar a 88 docentes y 27 colegios.

## Bebederos (México)

Con el apoyo de las autoridades escolares en México, como la Secretaría de Educación



Pública (SEP), la Secretaría de Educación Pública del Gobierno del Distrito Federal y el Instituto Local de la Infraestructura Física Educativa (ILIFED), en esfuerzo conjunto con Fundación FEMSA y Fundación Coca-Cola de México, se ha logrado beneficiar tan sólo en el último año a más de 30,000 personas en 84 escuelas, con la instalación de 336 bebederos en la Ciudad de México.

## Copa Coca-Cola (México)

La “Copa Coca-Cola” es una iniciativa diseñada para promover el trabajo en equipo desde temprana edad, así como para fomentar la actividad física a través del deporte. Entre los meses de marzo y junio de 2013 se llevó a cabo la XVI edición de la “Copa Coca-Cola”, que es el campeonato de fútbol inter-secundarias más importante de México, el cual promueve el deporte y una mentalidad de superación permanente entre los jóvenes.

Coca-Cola FEMSA ha participado de manera directa activando a 20,000 de 74,000 participantes totales, a través de 1,280 equipos, en 54 ciudades.



## Intercolegial de Baile (México)

Esta iniciativa, con 27 años de historia en México, es un concurso nacional de baile que



se lleva a cabo en 36 ciudades de la República Mexicana y cuenta con la presencia de más de 15,000 espectadores. En 2013, por primera vez Coca-Cola FEMSA, en conjunto con *The Coca-Cola Company*, tuvo una participación en este evento apoyando a más de 800 escuelas secundarias y preparatorias, además de 400 academias de baile, con más de 3,800 bailarines, en 240 equipos.

## Participación en Asociación Nacional de Productores de Refrescos y Aguas Carbonatadas (ANPRAC / México)

En 2013, la ANPRAC lanza la campaña nacional "Conócete, Actíivate, Equilíbrate", una iniciativa nacional a favor de los estilos de vida saludable.

Esta iniciativa consiste en una plataforma de comunicación, orientación y motivación dirigida principalmente a padres, educadores y jóvenes, diseñada por nutriólogos y especialistas en psicología de la salud, quienes intervinieron de manera activa a través de pláticas en centros de trabajo y en centros educativos. Con esta iniciativa se busca promover el camino hacia un estilo de vida saludable por medio de tres principios:



## Pláticas para Padres (México)

Durante 2013 se desarrollaron pláticas a padres de familia en escuelas de nivel básico (primarias) para brindarles información confiable y validada científicamente sobre nu-



trición, hidratación y actividad física.

Las pláticas se complementaron con la dinámica del Nutrikit, un material educativo, que con la ayuda de imágenes en tamaño real, recomienda a los padres de familia cómo tener hábitos alimenticios completos y saludables.

Se han realizado más de 300 pláticas impartidas por nutriólogas tituladas y capacitadas por Coca-Cola FEMSA.

Con estas pláticas se han impactado a más de 18,000 padres de familia en México.

## Tu Mejor Jugada (México)

Un ejemplo de las iniciativas relacionadas con el fomento deportivo es el programa "Tu Mejor Jugada", con el que se busca promover el desarrollo integral de estudiantes mexicanos de primaria y secundaria, a través de la práctica del deporte y la activación física como medios para lograr el desarrollo físico, psicológico y social, así como mejorar el desempeño académico. Este programa ha sido implementado en 100 escuelas de México, en los estados de Nuevo León, Distrito Federal y Puebla. "Tu Mejor Jugada" capacita a profesores de educación física con una metodología especialmente diseñada para trabajar con los niños y jóvenes en su desarrollo neuropsicomotor y habilidades de convivencia, siendo beneficiados más de 100,000 niños.



## Campaña de Colores (Nicaragua)

Este programa que se realiza en coordinación con ANF, NICASALUD y Fundación FEMSA, busca mejorar y capacitar con conocimientos adecuados en temas de nutrición básica a maestros, padres de familia y dueños de kioscos escolares, para promover una adecuada alimentación balanceada, además de generar información base en grupos focales de estudios antropométricos, para tener una línea base de avances en la población beneficiada escolar y vinculada. Durante 2013 se beneficiaron 749 padres de familia, 70 docentes y 10 escuelas.



## Un Plato Una Sonrisa (Nicaragua)

En conjunto, Coca-Cola FEMSA, *The Coca-Cola Company*, con el apoyo de Fundación FEMSA, Fundación Coca-Cola y American Nicaraguan Foundation (ANF), impulsamos el programa "Un Plato Una Sonrisa" que tiene como objetivo contribuir a mantener la retención escolar, promover hábitos alimenticios balanceados y reducir la desnutrición, a través del suministro de alimentación diaria durante el año escolar, que incluye un alimento fortificado a base de arroz, soya, minerales y vitaminas.

El Sistema Coca-Cola apoya el programa desde el 2005 y al cierre de 2013 ha logrado impactar a más de 62,500 niños de 211 escuelas.

## Caimaneras de Beisbol y Fútbol (Venezuela)

El programa comprende la realización de clínicas deportivas de beisbol y fútbol, impartidas por deportistas a niños de escasos recursos de entre 5 y 15 años de edad, interesados en estas modalidades deportivas. Con el desarrollo de este programa se espera lograr que los niños canalicen su energía a través del deporte como una actividad integral del ser humano, que exige tanto el esfuerzo individual como el trabajo en equipo para el logro de sus objetivos.

Caimaneras se impartió en Maracaibo, Ciudad Ojeda, Valencia, Maracay, Barquisimeto, Caracas, Barcelona y Puerto Ordaz, beneficiando a más de 9,800 niños, en 75 clínicas.



## Carreras Powerade

*Durante 2013, en México, Coca-Cola FEMSA participó con Powerade, a través de hidratación e imagen de marca, en más de 160 eventos para fomentar la activación deportiva, tales como carreras atléticas, torneos de fútbol y ciclones, en los que estuvieron involucrados más de 2.6 millones de impactos de marca.*

# DESARROLLO COMUNITARIO

## Iniciativas para la Paz y Reconciliación (Colombia)

Coca-Cola FEMSA Colombia ha trabajado desde 2008, en conjunto con la Agencia Colombiana para la Reintegración (ACR) y la Fundación Para la Reconciliación, en iniciativas para contribuir a la paz y reconciliación en Colombia, buscando facilitar espacios para las personas en proceso de desmovilización y reintegración a la vida civil. Coca-Cola FEMSA, como pionera en el tema, ha desarrollado cuatro programas:



### a) Aportando Tiempo:

Con la finalidad de contribuir a la construcción de un mejor país, se ha delineado este programa que desde 2009, busca establecer medios de participación de los colaboradores de Coca-Cola FEMSA como instructores voluntarios, quienes proporcionan herramientas empresariales a las personas desmovilizadas, con la finalidad de brindar herramientas para el desarrollo de proyectos productivos e intercambiar experiencias que aporten a la reconstrucción del tejido social.

Desde sus inicios hasta 2013 han formado parte de él 291 voluntarios que forman parte del personal y 35 proveedores en 7 ciudades: Barranquilla, Medellín, Bucaramanga, Montería, Valledupar, Bogotá y Cali, los cuales contribuyeron en el proceso de reintegración de 400 personas.

### b) Proyectos Productivos:

En concordancia con nuestro propósito de transformar las comunidades en donde operamos, a través del programa de proyectos productivos, alentamos a que las personas desmovilizadas desarrollen iniciativas emprendedoras, con la finalidad de que por medio de sus negocios puedan participar como proveedores para la Compañía. Con esta iniciativa buscamos culminar exitosamente su proceso de reintegración, en acompañamiento al trabajo desarrollado por la ACR.

## c) Centros Comunitarios de Aprendizaje:

Con el objetivo de acercar herramientas educativas formativas, se promueve la apertura de aulas virtuales que sigan un modelo de educación a distancia, accesible, sin limitaciones de tiempo y espacio y que incorporen los nuevos lenguajes y medios de la tecnología informática. Durante 2013 contribuimos, en conjunto con la alcaldía de las localidades de Tocancipá, Medellín, Aguachica y el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, para la apertura de nuevos Centros Comunitarios y tuvimos la oportunidad de beneficiar a más de 240 personas, a través de formación tutorial y autodirigida.

## d) Espacios de Paz y Reconciliación:

Este programa busca la participación activa de las personas en proceso de desmovilización, en actividades de servicio social en beneficio de las comunidades y víctimas del conflicto armado colombiano. Durante 2013, más de 200 personas en proceso de desmovilización fueron beneficiadas, así como 107 personas de las comunidades receptoras.

Como resultado del esfuerzo e impacto generado a través de los programas de paz y reconciliación, hemos recibido los siguientes reconocimientos:

- **Reconocimiento Pacto Global:** "Aportando Tiempo" fue reconocida entre 120 iniciativas postuladas por el sector privado, para obtener un espacio dentro de los 5 mejores programas a participar en el panel de expositores del 3er. Congreso de Pacto Global en Colombia.
- **Premio COMFAMILIAR 2013 de Responsabilidad Social Empresarial:** Nuestra iniciativa "Espacios de Paz y Reconciliación" fue reconocida como la ganadora en la categoría Sector Privado-Empresa Grande.
- **Reconocimiento especial Britcham Lazos:** Reconocimiento especial en los premios Britcham Lazos, entregados por la Cámara Colombo Británica, por la labor realizada a través de nuestros programas de paz y reconciliación: "Aportando Tiempo", "Centros Comunitarios de Aprendizaje" y "Espacios de Paz y Reconciliación".

- **Publicación Caso Harvard:** El día 29 de octubre en la Ciudad de Monterrey Nuevo León, México, se llevó a cabo una ceremonia de reconocimiento a Coca-Cola FEMSA a propósito del caso publicado por la Escuela de Negocios Harvard (HBS), el cual fue realizado por SUSTENTUS de EGADE Business School de México y el Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA) de Venezuela, en el que se registra la evolución del proceso de pacificación que implementa el Gobierno de Colombia desde hace 30 años y la contribución de Coca-Cola FEMSA como primera empresa privada interesada en potencializarlo.

## Barrio Productivo (Venezuela)

A través de esta iniciativa, buscamos la generación de redes de cooperación productiva entre los habitantes de nuestras comunidades, basados en las Unidades de Producción Familiar, con el propósito de generar, a través de la capacitación, la transferencia de conocimientos y el fortalecimiento de la organización comunitaria, fuentes de ingreso que permitan mejorar su calidad de vida.



Este programa se ha podido desarrollar en dos localidades de Venezuela:

El primero lo realizamos entre los años 2011 y 2012 en el Barrio Simón Bolívar de la Comunidad 29 de Marzo, y el segundo entre 2012 y 2013 para la Comunidad del Barrio Vista Alegre.

Durante 2013 pudimos beneficiar directamente a 245 personas y graduamos a 45 participantes de la comunidad de Barrio Vista Alegre.

Logramos generar conocimientos para los miembros de estas comunidades, que les hicieron factible la elaboración de proyectos comunitarios y con los que pudieron desarrollar iniciativas de emprendimiento, como una forma de generar ingresos para sus familias.

“Barrio Productivo” es un programa estructurado en trece Módulos de Capacitación, con los que se busca:

Habilitar a los participantes sobre su potencialidad, capacidad y confianza en sí mismos, para lograr objetivos en pro de la solución de sus problemas y mejorar su bienestar.

Capacitar conceptual y técnicamente a los participantes para abordar la agenda social y comunitaria.

Proveerles de destrezas y herramientas para el diseño y ejecución de proyectos económicos personales y/o familiares.

Reforzar la información acerca de los derechos y deberes que les son propios.

## Plaza de la Ciudadanía (Brasil)

Este programa tiene sus orígenes a través de Coca-Cola FEMSA Brasil en 2003, con una acción realizada en comunidades cercanas a nuestras operaciones. “Plaza de la Ciudadanía” destaca por su capacidad de generar beneficios a las comunidades, fomentar participación y diálogo con las instituciones públicas, empresas privadas, organizaciones no gubernamentales, instituciones educativas y voluntarios.

A fin de proveer a los participantes de medios para mejorar su calidad de vida, se proporcionan servicios gratuitos en temas como:

- Salud •Vida saludable •Conciencia empresarial
- Medio ambiente •Gestión de residuos

Adicionalmente se proporcionan revisiones gratuitas a la comunidad, que incluyen: medición de presión arterial, glucosa, higiene bucal y servicio de fisioterapeutas. Asimismo, se proporciona información de medicina preventiva, activación física y asesoría nutricional.

En 2013 tuvimos la oportunidad de beneficiar a más de 23,000 personas, gracias a la colaboración de 975 voluntarios, con presencia a través de 5 Plazas de la Ciudadanía en las localidades de Belo Horizonte, Itabarito, Jundiá, Sumaré y Mogi das Cruzes.



## Coordenadas para Vivir (Argentina, Colombia, Brasil y México)

En Coca-Cola FEMSA sabemos que desafortunadamente un gran número de niños y jóvenes en todo el mundo viven una realidad abrumadora al enfrentarse a entornos de violencia, soledad, falta de atención y una variedad de problemas sociales, por lo que crear oportunidades para romper ese círculo en el que están inmersos a través de la educación, es sumamente importante.

Pensando en este desarrollo de oportunidades, se creó el plan "Coordenadas para Vivir" que está dirigido a niños y jóvenes de 10 a 18 años, a quienes se les ofrece un conjunto de programas con los cuales, a partir de la vivencia propia y el abordaje de situaciones cotidianas, se desarrollan conocimientos, aptitudes y destrezas que dotan a niños, a jóvenes y a sus formadores, de valores y recursos para impulsar aquellas habilidades que les permitan tomar mejores decisiones y disminuir así su vulnerabilidad ante situaciones problemáticas.

"Coordenadas para Vivir" se inició en 2011 en México y Argentina, extendiendo su alcance a Brasil y Colombia en el año 2012. En 2013, participaron 8 escuelas y más de 1,500 niños de Argentina; 154 niños, 5 formadores y 1 escuela en Brasil; en Colombia participaron 372 formadores y 3,279 niños de 14 instituciones en talleres y 1,255 en conferencias del programa; en México se beneficiaron 16,383 niños y 1,851 formadores.



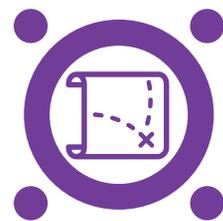
PREPARANDO  
EL **MAÑANA**

Taller para  
formadores



ORIENTANDO  
TUS **PASOS**

Conferencias



COMPARTIENDO  
**CAMINOS**

Guías de  
convivencia



DECIDIENDO  
TU **FUTURO**

Taller para  
niños y jóvenes



# PRINCIPIOS GLOBALES, ACCIONES LOCALES

## Becas Cimiento (Argentina)

Desde 2002 hemos colaborado activamente para evitar la deserción escolar y promover el acceso a la educación por medio de becas. Durante 2013, en conjunto con la Fundación Cimientos y *The Coca-Cola Company*, otorgamos 352 becas para niños y jóvenes de entre 12 y 17 años, en 10 localidades de Argentina, generando mayores oportunidades educativas y acompañamiento psicopedagógico, además de jornadas entre padrinos y becados.

## Optimismo que Transforma (Argentina)

“Optimismo que Transforma” es una iniciativa que se desarrolla en colaboración con la cadena Walmart en Argentina, con el objetivo de concientizar e informar a la comunidad sobre la importancia de reciclar el PET. A través de este programa, invitamos a los consumidores a separar y preparar los envases en casa para depositarlos en las estaciones de reciclado que se encuentran instaladas en las tiendas Walmart participantes. El material recuperado es destinado al reciclaje, a través de las Cooperativas de Recuperadores Urbanos y otros recicladores, además de ser utilizado para la elaboración de juegos elaborados con PET reciclado.

Con el lema “Un envase vacío puede transformar vidas”, además de promover y ayudar a tomar conciencia a la población sobre la importancia del reciclado de los envases, durante el 2013, se recuperaron 1,295,406 envases, que equivalen a 61.6 toneladas de material reciclado. Además, se donaron juegos elaborados con el PET reciclado para escuelas cercanas a las tiendas, beneficiando así a 4,832 alumnos.

## Perímetro Pompeya (Argentina)

Para Coca-Cola FEMSA es una prioridad que las comunidades en las que operamos logren una transformación positiva. Es por ello que a través de este proyecto, buscamos



mejorar las condiciones sociales y ambientales de la comunidad del Barrio de Pompeya en Buenos Aires, en donde se localiza nuestra Planta Alcorta.

Durante este año hemos comenzado las obras de saneamiento de la Villa Zavaleta, uno de los barrios más necesitados de la ciudad, para llevar el tendido cloacal y el acceso a agua corriente a más de 200 familias, en trabajo conjunto con los vecinos y la Secretaría de Hábitat e Inclusión del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

Además, la plaza de acceso al barrio también ha sido intervenida e incluso se está construyendo una cancha de pasto sintético para actividades físicas y recreativas. También se integran a “Perímetro Pompeya” otras iniciativas, como el padrinazgo del Boulevard Alcorta, donde sembramos más de 100 árboles, el apoyo al Centro Materno Infantil CONIN de la Villa 21 24 y el acompañamiento a las tareas de integración social de la Parroquia Nuestra Señora de Caacupé. En este programa seguiremos manteniendo un diálogo constante con los vecinos y las instituciones más representativas, para fortalecer nuestra relación y favorecer el apoyo en sus distintas necesidades.

## Caravana Social de Navidad (Brasil)

Con motivo de las fiestas decembrinas, del 25 de noviembre al 20 de diciembre, se visitaron 12 localidades de São Paulo con la intención de acercar a niños de 4 a 11 años de comunidades en situación de vulnerabilidad, al espectáculo artístico “Mente sana, cuerpo sano”, con la finalidad de promover estilos de vida saludable, así como compartir el mensaje positivo de la Magia de la Navidad. A través de este programa, se logró representar 31 veces la obra de teatro para 7,696 niños, además de hacer la entrega de juguetes, con la participación de 158 voluntarios de Coca-Cola FEMSA. En 16 años, este programa ha beneficiado a 359,472 niños de 611 instituciones.



## Día Mundial de Limpieza de Ríos y Playas (Brasil)

Como parte de la iniciativa “Día Mundial de Playas”, impulsada por *The Ocean Conservancy*, Coca-Cola FEMSA en Brasil participa cada año invitando a los colaboradores y a sus familias para unirse al programa como voluntarios, recogiendo desechos en playas y ríos. Durante el último año, se logró la participación de 2,000 voluntarios, todos ellos colaboradores y familiares de Coca-Cola FEMSA Brasil, quienes lograron recuperar 435 Kg de desechos en Belo Horizonte y Jundiá.



## Educación para el Trabajo (Brasil)

Este programa fue desarrollado en la Ciudad de São Paulo con el fin de preparar a jóvenes de 15 a 21 años para el mercado laboral, en coordinación con *Secretaria Estadual de Desenvolvimento Social*, *Secretaria Estadual dos Direitos da Pessoa com Deficiência*, *Prefeitura Municipal de São Paulo*, Centro Paula Souza y SENAC. Durante 2013 se beneficiaron 154 personas y desde 2005 se han beneficiado más de 1,700 jóvenes, quienes han tenido la oportunidad de realizar prácticas profesionales en Coca-Cola FEMSA Brasil y de recibir cursos para preparar su ingreso al sector profesional.

## Folleto de Vida Saludable (Brasil)

Con la finalidad de proporcionar información a jóvenes y adultos, Coca-Cola FEMSA Brasil ha desarrollado y publicado folletos sobre temas relacionados con el desarrollo

sostenible, así como prácticas positivas que promueven estilos de vida saludable y contribuyen a mejorar la vida de las personas. Estos documentos han sido trabajados y elaborados en conjunto con expertos, y a través de ellos se pretende sumar información relevante que proporcione valor a nuestras comunidades. Durante 2013 se vieron beneficiadas más de 23,000 personas en las localidades de Belo Horizonte, Itabirto, Jundiaí, Sumaré y Mogi das Cruzes.

## Premio FEMSA de Teatro Infantil y Joven (Brasil)

En 2013 se desarrolló en la Ciudad de São Paulo la vigésima edición de este programa, que destaca por ser el único de su tipo en América Latina. Su objetivo es rescatar, mejorar y fomentar la expresión artística de niños y jóvenes, reconociendo los mejores espectáculos en su categoría. De esta manera se impulsa el desarrollo integral de los participantes, al iniciarlos en el mundo de la cultura y el arte desde temprana edad. Durante 2013 tuvimos 18 categorías y participaron 200 personas en la entrega de premios.

Como parte de la celebración de estas dos décadas ininterrumpidas del programa se lanzó el libro "*Talentos e afetos na história de um prêmio vencedor*", en el que se recopilan los mejores momentos de este programa, junto con la lista de todos los ganadores de las ediciones anteriores.



## Agua Potable para Poblaciones (Colombia)

En colaboración con Fundación FEMSA, a través de este programa proporcionamos acceso permanente al agua potable a comunidades rurales con altos niveles de pobreza, ayudando así a mejorar su calidad de vida, saneamiento e higiene. Mediante la instalación de 14 plantas potabilizadoras, capaces de generar 36 millones de litros de agua potable diariamente. En el 2013 beneficiamos a los habitantes de comunidades rurales de escasos recursos, como: Sopo, Argelia, Nariño, Río Ancho, Nuevo Milenio, Trinidad, Palomino, El Carmen de Atrato, Chimá, San Diego, Pachaquiario, Gigante, Dos Quebradas y La Bocana.

## Programa de Conservación de Cuerpos de Agua (Colombia)

En el marco del día de los humedales, desde hace más de 5 años, Coca-Cola FEMSA colabora a través de una jornada en la que se realizan labores de saneamiento, recuperación y limpieza del Humedal de Capellanía, que es uno de los más importantes mantos acuíferos en Colombia. A través de este programa se contribuye al desarrollo de una cultura de cuidado ambiental en las comunidades, contando durante el 2013 con nuestra participación en la sensibilización sobre la importancia del cuidado del agua, organizada por la Fundación Humedal Capellanía.

## Programa de Educación Ambiental en Comunidades (Colombia)

En Colombia, se implementó un programa de capacitación ambiental sobre el reciclaje de vidrio, dirigido principalmente a las escuelas participantes del programa "Reciclar Tiene Valor". Durante el 2013 Coca-Cola FEMSA, en colaboración con la Fundación CEMPRES y con O-I Peldar, una de las empresas productoras de vidrio más importantes del País, se dieron a la tarea de llevar un mensaje ambiental sobre la importancia del reciclaje de vidrio. A través de Ovidrio, la mascota de la productora de vidrio, se lograron llevar mensajes ambientales a 12,000 niños en Bogotá, que además, tendrán la posibilidad de realizar una visita guiada a la planta de Coca-Cola FEMSA.

## Programas de Reforestación (Colombia)

Desde el año 2009 se han realizado distintas jornadas de reforestación en Tocancipá, Colombia, a las que acuden voluntarios y autoridades para realizar la siembra de árboles de distintas especies en espacios urbanos. A la fecha se han plantado más de 32,000 árboles, y durante el 2013 se sembraron 400.

## Reciclar Tiene Valor (Colombia)

Es un programa impulsado por Coca-Cola FEMSA Colombia, en conjunto con la Fundación CEMPRES (Compromiso Empresarial para el Reciclaje), que tiene como principal objetivo la recuperación de material reciclable post consumo, así como promover la integración de los recicladores de oficio mediante acuerdos colectivos para la gestión

integral de los residuos sólidos reciclables. El programa "Reciclar Tiene Valor", además de promover el reciclaje de plástico, incluye vidrio, cartón y metal, sensibilizando a la población sobre la importancia y el valor del reciclaje.

Actualmente se han instalado 21 puntos de acopio, donde más de 15,000 usuarios han reciclado 219 toneladas de residuos sólidos.

## Todos por el Agua (Colombia)

Desde hace más de 15 años, esta iniciativa busca consolidarse como la iniciativa ecológica más importante de Colombia. A través de la concientización sobre el cuidado de los recursos hídricos, Coca-Cola FEMSA, en conjunto con Coca-Cola Servicios de Colombia y un grupo de empresas privadas, en colaboración con el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible y el Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales (IDEAM), invita cada año a voluntarios para participar en una jornada de recolección de basura de costas, ríos y humedales. Adicionalmente, la iniciativa es acompañada por jornadas pedagógicas, en las que se abordan temas medio ambientales y de cambio climático, para generar mayor conciencia sobre el cuidado del agua.

Durante el 2013 se lograron recolectar más de 31.8 toneladas de residuos, contando con la participación de más de 3,014 voluntarios de todo el país.



## Comunidad en Equilibrio (Costa Rica)

Esta iniciativa busca la vinculación de nuestra empresa y la intervención de nuestros colaboradores como voluntarios en la comunidad, a través de su participación en temas relacionados con estilo de vida saludable, el cuidado del agua, reforestación, gestión de residuos y empaques sustentables. Este año, "Comunidad en Equilibrio" realizó

actividades para El Día Mundial del Agua, El Día Mundial del Reciclaje, El Proyecto de Carreras Recreativas Escuelas México y La Celebración Comunitaria de la Navidad.

Durante 2013 logramos impactar al menos a 300 niños y 1,000 personas en la comunidad.

### Misión Planeta (Costa Rica)

El principal objetivo de "Misión Planeta" es promover el manejo adecuado de los desechos sólidos a través del reciclaje. Como cada año en Costa Rica, "Misión Planeta" recuperó durante el 2013 más de 2,180 toneladas de PET. El material recolectado es procesado en la planta de "Misión Planeta" para su posterior tratamiento en plantas especializadas, dentro y fuera del país, con el fin de transformarlo en nuevos productos. Además, logramos impactar a alrededor de 5,000 personas con la información proporcionada a través de esta iniciativa en distintos foros, charlas y eventos públicos, en los cuales "Misión Planeta" tuvo participación.



### Programas de Reforestación (Costa Rica y Guatemala)

Coca-Cola FEMSA en Costa Rica y Guatemala, apoyó jornadas de reforestación que se realizaron en conjunto con organizaciones vecinales de la zona de Mata de Plátano, la Compañía Nacional de Fuerza y Luz, el Ministerio de Salud de Costa Rica, la organización Amigos de la Naturaleza y la Administración del Parque Nacional Naciones Unidas en Guatemala, a las que asistieron más de 90 voluntarios que plantaron más de 4,500 árboles de distintas especies, contribuyendo a la preservación de los recursos naturales y los cuerpos de agua en las ciudades de San José y Guatemala.

### Proyecto Una Gota de Agua (Costa Rica)

El proyecto se realiza en colaboración con Acueductos y Alcantarillados de Costa Rica (AyA) y cuenta con el apoyo de especialistas del Laboratorio de Análisis Ambiental de la Universidad Nacional para su ejecución. Tiene como objetivo mejorar las capacidades técnicas, operativas y de administración financiera, que garanticen la potabilidad del agua en las Asociaciones Administradoras de Acueductos y Alcantarillados (ASADAS), que proporcionan el servicio en zonas rurales de Costa Rica. El proyecto "Una Gota de Agua" ha beneficiado a más de 1,200 personas en poblaciones necesitadas y ASADAS favorecidas.

## Vigilantes del Agua (Costa Rica)

Mediante este programa se ha logrado un ahorro de hasta el 50% sobre el consumo de agua potable en centros educativos públicos de Costa Rica, además de mejorar la infraestructura y capacitar a los estudiantes sobre el uso racional del agua. El programa es impulsado por Acueductos y Alcantarillados de Costa Rica y cuenta con el apoyo de Coca-Cola FEMSA, beneficiando a más de 17,000 estudiantes de 13 centros educativos públicos del país, permitiendo el ahorro de más de 110,930,000 litros de agua.



## Limpieza de Costa (Costa Rica, Nicaragua, Panamá y Guatemala)

El proyecto es coordinado en Costa Rica por la Asociación Terra Nostra y se desarrolla en el marco de la iniciativa global que promueve *The Ocean Conservancy* en más de 100 países. Durante la jornada del 2013, participaron más de 350 voluntarios de Coca-Cola FEMSA durante esta jornada, en la que lograron recolectar 12.9 toneladas de residuos valorizables, que fueron donados a centros de acopio locales o acopiados por "Misión Planeta", con el fin de darles el tratamiento adecuado.

## Limpieza de Cuerpos de Agua (México)

Desde hace más de 6 años, Coca-Cola FEMSA y Fundación FEMSA promueven en México jornadas de limpieza de cuerpos de agua en ríos, arroyos, barrancas, lagunas y playas, mediante las cuales se busca contribuir a la formación de una cultura de cuidado ambiental en comunidades del Estado de México, Veracruz, Chiapas, Morelos, Querétaro, Guanajuato, Michoacán y Oaxaca. La jornada forma parte de la iniciativa global que organiza *The Ocean Conservancy*.

Durante el 2013, tuvimos la participación de 2,934 voluntarios, entre colaboradores, familiares y amigos, quienes recolectaron más de 30 toneladas de residuos.



## Reforestación (México)

El programa se realiza a través del Sistema Coca-Cola, en colaboración con Pronatura México, A.C., la Comisión Nacional Forestal y la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. Durante 2013, con 4,015 voluntarios formados por nuestros colaboradores y sus familias Coca-Cola FEMSA apoyó la plantación de más de 30,000 árboles en más de 35 hectáreas.

Desde el arranque del Programa Nacional de Reforestación y Cosecha de Agua en el 2008, Coca-Cola de México y la red de embotelladores de la cual Coca-Cola FEMSA es parte habrán plantado 55 millones de árboles.



## Yo Sí Reciclo (México)

Durante 2013, a través del concurso "Yo Sí Reciclo" organizado por Coca-Cola FEMSA en México, participaron más de 200,000 estudiantes de primaria y secundaria, quienes lograron recolectar más de 250 toneladas de PET. Por medio de este concurso, se fomenta la cultura de reciclaje de PET en las escuelas, además de proporcionar orientación sobre el tratamiento de dicho residuo para su adecuado aprovechamiento y reciclaje.



## Vivero Monarca I y Monarca II (México)

Desde el año 2012, Coca-Cola FEMSA, en colaboración con Fundación Coca-Cola y PRONATURA México, A.C, como parte del Programa Nacional de Reforestación y Cosecha de Agua, pusieron en marcha el proyecto "Vivero Monarca I", contribuyendo a la reforestación del santuario de la Mariposa Monarca en Michoacán.

Mediante la instalación del "Vivero Monarca I y Monarca II", ubicados en el estado de Michoacán, se favorece la captación de agua para el sistema Cutzamala, uno de los más importantes del país. Los Viveros Monarca I y Monarca II tienen la capacidad de producir 175 mil pinos y oyameles, que servirán para la conservación y reforestación de la Reserva de la Biósfera de la Mariposa Monarca.



## Eco-Escuelas (Nicaragua)

Con el apoyo del Sistema Coca-Cola en Nicaragua, el programa surge como iniciativa del Fondo Natura y cuenta con el respaldo de los Ministerios de Educación y Salud. Tiene como principal objetivo sensibilizar a la población escolar sobre la importancia de la conservación de los recursos naturales y el medio ambiente para su protección y conservación, además de contemplar la instalación de estaciones de reciclaje, la formación de una red de promotores ambientales, así como la implementación de acciones vivenciales y el diseño de materiales educativos, que ayudan a reforzar y visualizar los contenidos teóricos sobre las temáticas ambientales.

A través de Eco-Escuelas, a la fecha se han beneficiado 4,000 estudiantes y 174 docentes de 6 escuelas.

## Foro Nacional de Reciclaje (Nicaragua)

El Foro es organizado por la red de recicladores de Managua y cuenta con el apoyo de Coca-Cola FEMSA, la Universidad Nacional y el Ministerio de Ambiente. Tiene como objetivo reunir a distintas instancias y organizaciones afines al tema de tratamiento de aguas, de reciclaje y las mejores prácticas ambientales para analizar los avances del anteproyecto de Ley de Gestión Integral de Residuos Sólidos y Líquidos, así como la política municipal de Managua de residuos sólidos y su plan de acción. Durante el más reciente Foro, se logró impactar a más de 500 participantes de distintos sectores económicos y de gobierno.



## Proyecto La Gallina (Nicaragua)

Coca-Cola FEMSA de Nicaragua y Fundación FEMSA, en conjunto con la organización Habitat para la Humanidad, colaboraron para el desarrollo del proyecto mediante el cual se instaló un sistema de agua potable comunitario en la comunidad rural La Gallina, en San Rafael del Sur Managua. El sistema ha beneficiado a 500 familias, que hasta entonces no habían tenido acceso al agua potable, y será complementado con la formación de promotores sanitarios sobre el uso y mantenimiento del sistema y el manejo adecuado de las fuentes de agua.

## Día Mundial de Playas (Venezuela)

Este programa se desarrolla desde el año 2007 como parte del programa de voluntariado "Limpieza de Costas", promovido por el Sistema Coca-Cola, y busca crear conciencia ambiental sobre la contaminación que generan los desechos sólidos en las playas. En Venezuela, es coordinado por la Fundación para la Defensa de la Naturaleza (FUDENA) y forma parte de la iniciativa de *The Ocean Conservancy*. Durante la jornada que se realizó en el mes de septiembre de 2013, participaron 1,053 voluntarios del Sistema Coca-Cola, limpiando costas en playas de los estados de Vargas, Anzoátegui, Carabobo y Zulia.



## Ruta Coca-Cola Maracaibo (Venezuela)

Como parte de nuestro compromiso con la comunidad, desarrollamos el programa social de visitas guiadas a la Planta de Coca-Cola FEMSA de Maracaibo - Edo. Zulia (Venezuela), el cual se encuentra dirigido a niños escolarizados de bajos recursos. La intención es que de forma didáctica los niños aprendan tres valores fundamentales: 1. El trabajo como única forma de construcción de una familia y sociedades sanas con bienestar; 2. El cuidado y respeto al medio ambiente, mostrándoles con el ejemplo de nuestros procesos productivos cómo se construye la sostenibilidad; y 3. La importancia del cumplimiento de las normas, a través del cumplimiento de las de seguridad industrial que imperan en la planta y el resto de las instalaciones. Durante 2013 se han realizado 75 visitas guiadas, beneficiando a 2,856 niños.

## ABASTECIMIENTO SOSTENIBLE

GRI EC6, HR2, HR5, HR7, FP1, FP2

En Coca-Cola FEMSA estamos en la búsqueda permanente que nos permite mantener los más altos estándares de calidad, integridad y excelencia, para así cumplir con el compromiso que tenemos con nuestros clientes y consumidores. Para hacer realidad este propósito, es fundamental contar con una cadena de valor sólida, que comparta nuestros valores y forma de hacer negocios, basados en la legalidad, el respeto a los derechos humanos y el cuidado del medio ambiente. Es por ello que durante 2013, el 100% de nuestras compras realizadas a proveedores directos de insumos estratégicos, fueron efectuadas en todas nuestras operaciones bajo las políticas internas y dentro del marco regulatorio vigente.

El proceso de selección de nuestros proveedores tiene como eje rector la transparencia y se ejecuta empleando procedimientos claros que se encuentran alineados a nuestras Políticas Internas de Abastecimiento y de Sostenibilidad, así como a los Principios Rectores para Proveedores (*Supplier Guiding Principles, SGP*) de *The Coca-Cola Company*.

Como parte de la validación en la selección, se realizan visitas bajo un programa establecido previamente y coordinado por *The Coca-Cola Company* en los diferentes países en donde operamos, para garantizar el buen cumplimiento de la operación en temas de derechos humanos, impacto al medio ambiente y localización, de acuerdo con nuestro compromiso por incidir positivamente en nuestras comunidades, por lo que se busca integrar preferentemente a proveedores locales.

Para dar un buen acompañamiento a nuestra cadena de valor y en cumplimiento a los Principios Rectores para Proveedores, durante 2013 un total de 279 proveedores vivieron un proceso de auditoría dirigida por entidades verificadoras independientes, como *Intertek, UL o Bureau Veritas*. En este ejercicio se verificaron aspectos relacionados con el cumplimiento de temas claves relacionados con: ética, libertad de asociación, derechos humanos y medio ambiente.

Estos ejercicios de evaluación tienen como objetivo contribuir al desarrollo de nuestros proveedores, a través de un proceso de mejora continua, fundamentada en la implementación de mejores prácticas y prevención de riesgos.



Nuestro PLANETA

En Coca-Cola FEMSA buscamos ser una empresa líder en el cuidado de nuestro medio ambiente a través de la mejora continua de nuestros procesos, la búsqueda de nuevas tecnologías que favorezcan la disminución de nuestros impactos y contribuyan a la formación de una consciencia ambiental en todos los niveles de nuestra cadena productiva y en las comunidades en donde operamos.

GRI 4.12, EN26, EN30, SO10

Como parte de nuestros compromisos nos sumamos a los objetivos de nuestros socios estratégicos: FEMSA y *The Coca-Cola Company*, es por ello que hemos enfocado nuestros esfuerzos en temas materiales para nuestro negocio y en consistencia, durante 2013 realizamos una inversión de US\$4.8 millones en proyectos de sostenibilidad, que incluyen iniciativas de eficiencia en nuestros procesos y programas de consciencia ambiental.

## AGUA

GRI EC4, EN10, EN12, EN13, EN14, EN15, EN21, EN25, EN28

Nuestras áreas de acción:



Optimizar el consumo de agua.



Lograr la sostenibilidad energética de nuestras operaciones.



Optimizar la gestión de residuos y de nuestros empaques, así como el reciclaje.

A continuación presentamos nuestras metas en materia de Agua, así como los avances alcanzados durante el 2013.

Meta a largo plazo:

Regresar a la naturaleza la misma cantidad de agua que utilizamos para la elaboración de bebidas en nuestras embotelladoras.

Objetivo 2015:

Mejorar en un 20% la eficiencia en el uso de agua comparado con el 2004.

Avance a 2013:

Logramos una eficiencia del 21.2% en el uso de agua, alcanzando y superando el objetivo 2015, tomando como base el año 2004 y sin considerar nuevos territorios adquiridos por Coca-Cola FEMSA en 2011, 2012 y 2013.



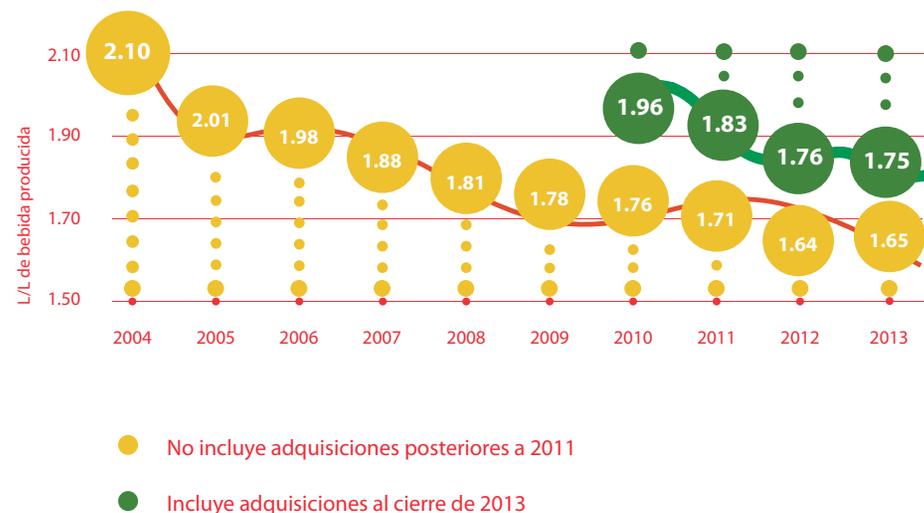
El resultado de consumo promedio de agua por litro de bebida en 2004 fue de 2.1 L/L de bebida producida y en 2013 tuvimos un registro de 1.65 L/L de bebida producida, lo que representa una mejora del 21.2%.

A partir de este reporte incorporamos territorios nuevos a nuestra operación y se recalcularon nuestros resultados, considerando como línea base el año 2010 y las nuevas adquisiciones de la Compañía.

Consumo promedio de agua por cada litro de bebida producida:



## Eficiencia de uso en agua vs producción de bebidas Coca-Cola FEMSA





En Coca-Cola FEMSA estamos en la búsqueda permanente de sumar acciones que nos permitan mejorar nuestro desempeño y con ello trabajar en volver más eficientes nuestros procesos, para que en consecuencia avancemos en nuestras metas por disminuir nuestro impacto ambiental.

Durante 2013 y siguiendo la estrategia para el cuidado del agua, hemos obtenido los siguientes resultados:

Estrategia para el cuidado del agua:



## Reducir

A través de diferentes esfuerzos realizados dentro de nuestras plantas, hemos podido alcanzar satisfactoriamente la meta planteada a 2015, haciendo más eficiente nuestro uso del agua en un 21.2%, teniendo como base el año 2004 y considerando la estructura de Coca-Cola FEMSA del mismo periodo. Actualmente estamos trabajando para lograr sumar a las nuevas operaciones en este mismo proceso, con la finalidad de mantener nuestros estándares de eficiencia.

Considerando los nuevos territorios, nuestro uso promedio de agua es de 1.75 litros de agua por litro de bebida producida, mejorando un 10.6% nuestra eficiencia en consumo de agua contra el 2010, que es igual a 1.96.

Nuestra Planta de San Cristóbal (México) destaca como la más eficiente en uso de agua en México y América Latina, utilizando en promedio 1.26 litros de agua por cada litro de bebida producida.

## Tratamiento

Aunado a nuestro compromiso con la conservación y uso eficiente del agua, durante 2013 logramos que el 100% del agua residual de nuestras instalaciones de manufactura sea tratada a través de 56 plantas de tratamiento de agua residual propias y 7 plantas municipales. Así podemos aprovechar este recurso para actividades relacionadas con riego, limpieza en infraestructura y servicios sanitarios, así como en procesos de enfriamiento de equipo.

## Reabastecer / Conservar

En Coca-Cola FEMSA buscamos de manera permanente que tanto los colaboradores, como sus familias y las comunidades, se sumen a los esfuerzos por conservar nuestro medio ambiente. Es por ello que a través de los programas comunitarios, establecemos un medio de participación activa en la que a través de iniciativas de limpieza de cuerpos de agua o de reforestación, sumamos voluntarios a este esfuerzo. Por otra parte, contamos con donaciones de plantas potabilizadoras, así como planes de biodiversidad que contribuyen en su conjunto a sumar esfuerzos de conservación de nuestro entorno.

## Programa de Biodiversidad

Nuestra operación busca no alentar prácticas que generen efectos adversos sobre el número y la variedad de especies que se encuentran en una zona o región en particular, consecuentemente buscamos poner en práctica iniciativas que favorezcan impactos positivos en la biodiversidad. Tal como lo promueve La Convención de Diversidad Biológica de la Organización de la Naciones Unidas (ONU), que ha sido ratificada por más de 160 países.

En Michoacán, México a través del programa de Conservación de la Mariposa Monarca, promovemos la construcción de viveros que tendrán la capacidad de producir hasta 175,000 pinos y oyameles, ayudando a la conservación de la Reserva de la Biósfera de la Mariposa Monarca.

## Reforestación

En nuestra operación en México sembramos 30,000 árboles en 35 hectáreas con la participación de 4,015 voluntarios entre colaboradores y sus familias.

## Cuerpos de Agua

En México tuvimos 19 jornadas de limpieza de cuerpos de agua en ríos, arroyos, barrancas, lagunas y playas así como 16 eventos de limpieza de calles, en los que participaron 2,934 colaboradores y sus familias, contribuyendo a conservar 69.2 kms limpios y recolectando 30 toneladas.

## Sostenibilidad a largo plazo

A través de Fundación FEMSA hemos diseñado proyectos a largo plazo, que tienen el objetivo de promover la conservación de un recurso tan importante como el agua. Dentro del área estratégica de Desarrollo Sostenible de Recurso Hídrico de Fundación FEMSA, contamos con el programa "Estudios de Cuencas Hidrológicas", dicho programa busca apoyar proyectos integrales enfocados a promover y garantizar la protección, conservación y recuperación de cuencas, determinando los mejores métodos para cuidar estas fuentes de abastecimiento.

Fundación FEMSA ha realizado, hasta el 2013, siete estudios de cuencas hidrológicas en México:

1. Cuenca de León, en el Estado de Guanajuato.
2. Cuenca del Río Zahuapán, en el Estado de Tlaxcala.
3. Cuenca de San Cristóbal de las Casas, en el Estado de Chiapas.
4. Cuenca Río Antigua, en el Estado de Veracruz.
5. Cuenca Río Blanco, en el Estado de Veracruz.
6. Cuenca Río San Juan, en el Estado de Nuevo León.
7. Cuenca Lago Cuitzeo, en el Estado de Michoacán.

La iniciativa "Fondos de Agua", que es una manera innovadora para reducir el riesgo de escasez de agua, así como los altos costos de tratamiento en el futuro, y que además nos permite invertir de manera proactiva en la protección de las áreas naturales que proveen del recurso hídrico; es a través de la denominada "Alianza Latinoamericana de Fondos de Agua", cuyo origen se remonta a junio de 2011, con la participación de *The Nature Conservancy* (TNC), Fundación FEMSA y la *Global Environment Facility*, a través del Banco Interamericano de Desarrollo. Contamos con un mecanismo de soporte para Fondos de Agua, que permite

proporcionar apoyo a los actores locales, mientras determina la viabilidad de instalar Fondos de Agua en cuencas de la región y ayuda a reducir riesgos ambientales.

## Fondo de Agua de Cuenca Verde (Colombia)

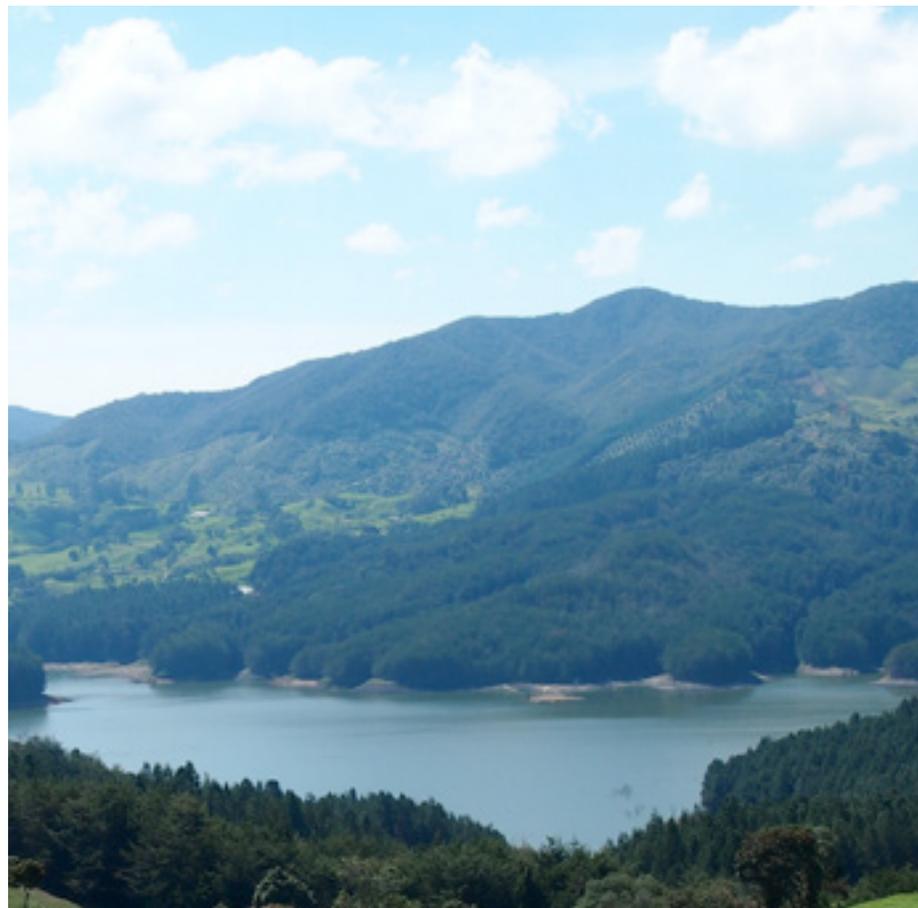
Durante 2013 en Colombia dimos inicio con apoyo al “Fondo de Agua de Cuenca Verde”, que es el tercer fondo de agua que se crea en el país y que contribuye a proteger las cuencas abastecedoras de los embalses de Riogrande II y La Fe, que proveen más del 90% del agua para el Valle de Aburrá, beneficiando a los 10 municipios que conforman este valle habitado por más de 3.5 millones de personas, y a más de 35 mil habitantes de los municipios con jurisdicción en dichas cuencas, entre ellos, Envigado y El Retiro (La Fe) y Belmira, Donmatías, Entreríos, San Pedro de los Milagros y Santa Rosa de Osos (Riogrande II).

## Fondo de Agua Río Mucujún (Venezuela)

En Venezuela durante 2013 se inició el apoyo al primer Fondo de Agua en el país, en la cuenca del Río Mucujún, que tiene capacidad de abastecer el 80% del agua de la Ciudad de Mérida y brinda servicios ambientales vitales para la zona, beneficiando a más de 330,000 habitantes. Las actividades de conservación en la cuenca incluyen talleres para las comunidades locales y otros actores relevantes que aseguren un diseño participativo en Fondo de Agua.

## Fondo de Agua Cuenca del Canal de Panamá (Panamá)

Asimismo durante 2013 se inició el apoyo a la Cuenca del Canal de Panamá a través de la colaboración y participación de las partes, con el objetivo de apoyar técnica y logísticamente la estructuración de este Fondo de Agua, su conservación y la restauración de servicios ambientales en la cuenca. La importancia de este proyecto es de gran magnitud, pues la cuenca tiene la capacidad de proveer de este recurso vital a cerca de 2 millones de habitantes, además de que su agua sirve como hogar a una inmensa biodiversidad, sin dejar de mencionar la generación de energía hidroeléctrica.



A fin de dar soporte a los Fondos de Agua, se ha estructurado un Comité Técnico Asesor, cuya misión es proponer y analizar programas y proyectos para el cumplimiento de los objetivos de los Fondos de Agua.

En consistencia con el objetivo a largo plazo planteado en 2011 relacionado con la creación de Fondos de Agua en América Latina, en 2013 contamos con 15 Fondos de Agua en distintas etapas de operación dentro de siete distintos países de América Latina y seguimos trabajando para alcanzar el objetivo de 32 Fondos de Agua.

A través de las iniciativas de Fondo de Agua, tendremos la oportunidad de beneficiar a más de 5.5 millones de personas en Panamá, Colombia y Venezuela.

# ENERGIA

## Meta a largo plazo:

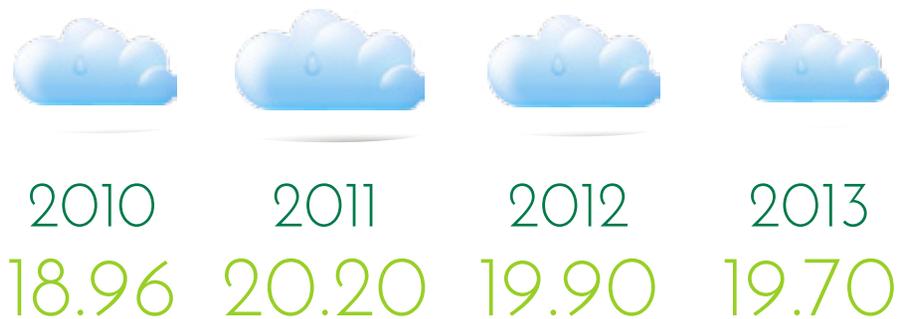
Crecer nuestro negocio sin aumentar nuestra huella de carbono.

## Objetivos 2015:

1. Reducir la cantidad de gramos de CO<sub>2</sub>e por litro de bebida.
2. Aumentar en un 2% anualmente nuestra eficiencia en la producción de bebidas por unidad de energía consumida.

## Avance a 2013:

1. Emisiones de CO<sub>2</sub>e por litro de bebida.



Mantenemos tendencia positiva en reducción de gramos de CO<sub>2</sub>e

Se recalculó la línea base al año 2010, considerando nuevos territorios 2013. además se realizó actualización de factores de emisión de acuerdo a SEMARNAT y agregamos consumo de combustible de montacargas de plantas.

GRI EN3, EN4, EN5, EN6, EN7, EN16, EN17, EN18, EN19, EN20, EN29, EC2 Y EC8

## Continuación avance 2013

2. Litros de bebida producida por mega joule de energía consumida.

Desde 2004 nuestra meta es reducir un 2% el uso de energía. Anualmente hemos mantenido nuestro compromiso con una reducción del 18% del 2004 al 2013, sin considerar adquisiciones 2011, 2012 y 2013.

En Coca-Cola FEMSA hemos logrado aumentar 18% la eficiencia en la producción, cumpliendo de manera sostenida la mejora del 2%.

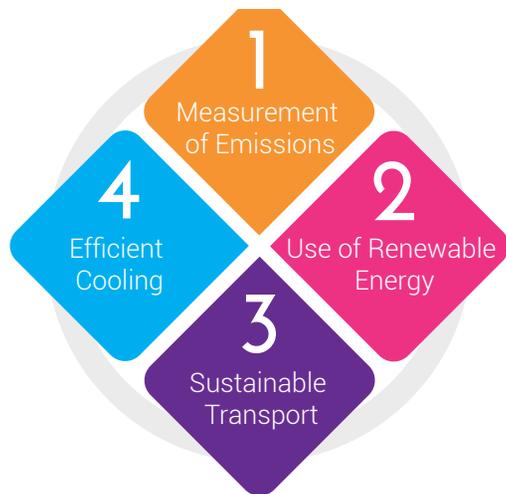
Nuevos territorios, nuevo año base 2010, considerando adquisiciones 2011, 2012 y 2013:



Tuvimos un incremento del 9.4% en producción de bebidas por mega joule utilizado, con respecto a nuestro resultado 2010.

Para Coca-Cola FEMSA disminuir nuestros impactos ambientales forma parte de nuestro compromiso, específicamente en temas de cambio climático ponemos especial atención. Para poder emprender acciones con propósito que contribuyan a alcanzar este objetivo, es necesario establecer iniciativas eficaces, algunas de ellas son:

## Iniciativas para contribuir a la mitigación y adaptación al cambio climático:



## Medición de Emisiones

Todo proceso para ser mejorado requiere primero ser medido, en esta lógica en Coca-Cola FEMSA hemos realizado el ejercicio de medición y declaración confidencial de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero de todas nuestras operaciones, a través de la plataforma internacional *Carbon Disclosure Project* (CDP). Adicionalmente, en nuestras operaciones contamos con esfuerzos puntuales, como por ejemplo: en México se reporta de manera voluntaria ante la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), a través del "Programa Voluntario de Contabilidad y Reporte de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero", y en el caso de Colombia, contamos con un programa de reducción de emisión de gases de efecto invernadero, así como una iniciativa para incrementar la eficiencia energética.

A través de estos ejercicios podemos identificar las oportunidades de nuestra operación, mejorar la capacidad para aumentar nuestra eficiencia, reducir costos innecesarios y contribuir a la mitigación y adaptación del cambio climático.

## Energía Renovable

Otra manera de contribuir a mitigar nuestros impactos, es a través de la inclusión de fuentes de energía renovable dentro de nuestros procesos; por ejemplo, en nuestra planta de Toluca, el 93% de la energía utilizada equivale a energía eólica renovable, ya que desde 2010 recibimos a través del "Parque Eólico Bii Nee Stipa", ubicado en Oaxaca, el abastecimiento de dicho recurso.

En México, durante 2013 nuestro consumo indirecto de energía por fuentes primarias fue de 859,706 GJ, siendo más del 15.3% de fuentes renovables y seguimos trabajando para integrar una mayor cantidad de energía proveniente de fuente renovable.

## Transporte Sostenible

En Coca-Cola FEMSA continuamos trabajando para incluir opciones de transporte amigable con nuestro medio ambiente, como una de las formas de contribuir en la mitigación y adaptación al cambio climático.

En 2013 obtuvimos en México el reconocimiento de "Transporte Limpio", que es una distinción otorgada por parte de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT).

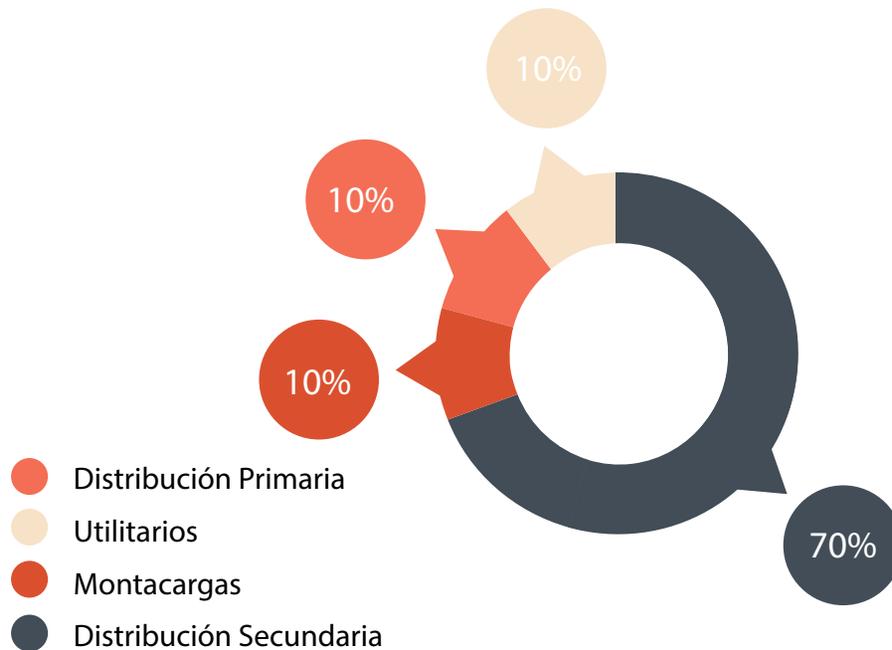
Adicionalmente, en Coca-Cola FEMSA Brasil, cerca del 10% del consumo de combustible es de fuente renovable (biodiesel).

Además contamos con distintos programas de eficiencia energética en nuestras operaciones, por ejemplo desde 2009 iniciamos la renovación de la flota de vehículos de carga de distribución, que cuentan con tecnología EPA04, lo que nos permite reducir hasta en un 38% nuestras emisiones de  $\text{NO}_x$ <sup>[1]</sup> en comparación con los modelos anteriores EPA98.

[1] Nuestras emisiones de  $\text{NO}_x$  y  $\text{SO}_x$  provenientes de fuentes móviles no se reportan por no ser significativas al compararse con las emisiones de  $\text{CO}_2$ .

A continuación presentamos una gráfica que muestra la distribución de consumo energético por transporte de productos en México.

## Consumo Directo Móvil de Energía en México (2,021,138 GJ = 142,785 ton CO<sub>2</sub>e)



En 2013 se emitieron 2,713.60 toneladas de CO<sub>2</sub>e derivadas de los vuelos de nuestros colaboradores en México.

## Refrigeración Eficiente

Asimismo, durante 2013 en Coca-Cola FEMSA continuamos con el plan de renovación de equipos de refrigeración, tanto en México como en Centroamérica. Este año se sustituyeron 61,000 equipos por tecnologías más eficientes y uso de gases refrigerantes con menor impacto ambiental, los cuales son producidos por Imbera, reduciendo así el Costo Total de Propiedad en 76% en los últimos ocho años.

*De igual manera, el edificio nuevo de oficinas administrativas de Coca-Cola FEMSA en México, D.F., cumple con la certificación LEED (Leadership in Energy & Environmental Design), mientras que las plantas embotelladoras en Itabirito, Brasil y en Tocancipá, Colombia, también se están construyendo bajo los más altos estándares de construcción sostenible.*

## RESIDUOS Y RECICLAJE

GRI EN1, EN2, EN22, EN23, EN24, EN26, EN27

### Reciclaje y Empaque Sustentable

#### Meta a largo plazo:

Invertir en tecnologías que nos permitan reducir nuestro impacto ambiental, a través de un manejo adecuado de nuestros residuos y el desarrollo de empaques amigables con el medio ambiente.

## Objetivo 2015:

1. El 25% del total del material de los envases PET debe ser de material reciclado o renovable para 2015.
2. Aumentar anualmente en 2% la cantidad de residuos reciclados del total de residuos generados.
3. Reducir anualmente en 2% la generación de residuos.

## Avance:

1. Cantidad de material reciclado y renovable utilizado en nuestros envases PET sin considerar adquisiciones posteriores a 2011.



2. Aumento de 5.7% de 2010 a 2013 en la cantidad de residuos reciclados del total de residuos generados, considerando nuevas adquisiciones 2011, 2012 y 2013.



3. De 2010 a 2013 se obtuvo un incremento de 18 gramos de residuos generados por litro de bebida producida, ya que incluimos nuevos territorios adquiridos en 2011, 2012 y 2013.



Materiales Empleados por peso y volúmen				
Resultados (Toneladas/Años)				
Año	Resina reciclada IMER/ CABELMA	Plant Bottle (Argentina, Brazil y México)	Total KOF	% KOF
2010	9,593	-----	9,593	4.30%
2011	9,549	11,000	20,549	8.80%
2012	14,024	26,190	40,214	15.30%
2013	14,691	18,209	32,901	12.40%

## Iniciativas de Reciclaje y Empaques Sustentables:



### Optimización de Empaque

Desde el 2007, hemos implementado distintas medidas para aligerar las botellas de PET, sin afectar su vida en anaquel y con el fin de facilitar su manejo y reciclaje. Mediante el uso de diferentes tecnologías, ahorramos 43,000 toneladas de plástico durante 2013, gracias a nuestras iniciativas de aligeramiento de botellas y optimización de empaques plásticos. Los ahorros de plástico se traducen en 236,500 toneladas de CO<sub>2</sub> que no se generaron en la elaboración de los insumos para estos procesos. En particular, logramos un aligeramiento de cerca del 20% en el empaque de Coca-Cola 600 ml, lo que lo convierte en uno de los empaques más ligeros e innovadores del mercado.

### Nuevas Tecnologías

Desde 2010 incluimos dentro de nuestros empaques la tecnología *PlantBottle*, que tiene la

cualidad de ser el primer envase con una composición de 30% material renovable de origen vegetal, reduciendo así un 20% de nuestra huella de carbono. En 2013 utilizamos un total de 18,000 toneladas de PET *PlantBottle*.

### Programa de Reciclaje

La Planta de Reciclaje de la Industria Mexicana de Reciclaje (IMER), ha reciclado de 2005 a la fecha 103,800 toneladas de PET, ingresando en 2013 un total de 19,100 toneladas de PET. Con la finalidad de contribuir a la correcta gestión de los residuos, Coca-Cola FEMSA durante 2013, logró reciclar 150,000 toneladas de aluminio, plástico, papel, vidrio y madera.

### Manejo de Residuos

En 2013, la planta Toluca de Coca-Cola FEMSA se convirtió en una Planta Cero Residuos, gracias al eficiente manejo de residuos de difícil disposición. En 2013, sumamos 1,200 toneladas a las más de 3,000 que ya se reutilizaban y reciclaban en 2012. Para este proceso fuimos evaluados por Coca-Cola de México, representante de *The Coca-Cola Company*, que otorga las franquicias a los embotelladores bajo sus mecanismos de manejo de residuos. Asimismo, durante 2013 en México nuestras plantas de Cuautitlán, Ojuelos, Apizaco, Villahermosa, Reyes, León y Morelia comenzaron a presentar resultados favorables de Cero Residuos.

### Beneficios ambientales de una Planta Cero Residuos

- Disminución de la explotación de los recursos naturales
- Cero residuos enviados al relleno sanitario
- Disminución de las emisiones de gases de efecto invernadero
- Ayudamos a sostener el ambiente para generaciones futuras

Durante 2013 no se registraron dentro de nuestras operaciones derrames de sustancias peligrosas. En nuestras operaciones no se tratan, transportan, exportan, ni importan residuos peligrosos, todos nuestros residuos generados se envían a terceros especializados quienes se aseguran de dar un correcto manejo y disposición final.



*Fundación* FEMSA



# Trabajando en la construcción de un mejor futuro para todos

Los esfuerzos de Fundación FEMSA se encuentran enfocados principalmente en buscar soluciones que contribuyan a la conservación y el uso sostenible del agua, así como al apoyo de iniciativas que mejoren la calidad de vida en las comunidades.

## Concentrador de esfuerzos

A través de alianzas estratégicas con organizaciones nacionales e internacionales afines, Fundación FEMSA funciona como un concentrador de esfuerzos, mediante el cual se generan sinergias que permiten encauzar las acciones y multiplicar los impactos positivos para producir cambios que perduren en el largo plazo, apoyando la creación de instituciones y proyectos permanentes y sostenibles que beneficien a las comunidades donde trabajamos.



## Principales Programas:

### 1. Programa de Agua y Saneamiento

#### a) Lazos de Agua (México, Guatemala, Nicaragua, Colombia y Honduras)

Es una iniciativa integral de intervención de agua, saneamiento e higiene, en 5 países de América Latina. A la fecha más de 13,000 personas han sido beneficiadas, a través de 52 Comités de Agua establecidos o reforzados, y se han instalado 143 inodoros.

#### b) Ecotecnias en el Estado de México (Valle de Bravo en el Estado de México, México)

A través de "Ecotecnias", en conjunto con la Fundación FEMSA, apoyamos la construcción de tecnologías ecológicas para proveer servicios básicos, mejorar la calidad de vida y disminuir la contaminación de agua y las emisiones del efecto invernadero. Gracias a este programa, se han logrado 73 cosechas de agua de lluvia, 79 sanitarios secos, 74 fogones ahorradores de leña, 81 huertos traspatio y 17 piletas, en la zona de Valle de Bravo, en el Estado de México.

#### c) Respuesta a Desastres (Guerrero, México)

"Ven por agua" es un vehículo potabilizador de respuesta a desastres, que de manera auto-suficiente provee agua y hielo potable gratuitos a comunidades damnificadas. En el 2013, se entregaron 132,989 litros de agua potable y hielo, en 15 días de operación continua.

### 2. Programa de Conservación y Cuencas

#### a) Alianza Latinoamericana de Fondos de Agua (América Latina)

Es una iniciativa que promueve la protección de fuentes de agua, a través de acciones de conservación que son financiadas por los recursos generados por los Fondos de Agua. Su principal objetivo es contribuir al cuidado de las cuencas y ayudar a proteger las fuentes de agua de la región. A través de esta iniciativa, se han creado 17 Fondos de Agua, que se encuentran en distintas etapas de implementación, más de 1.4 millones de hectáreas de cuencas han sido impactadas, se han recaudado más de US \$65.9 millones y a la fecha hay más de 100 organizaciones involucradas en Fondos de Agua.

b) *Alliance for Water Stewardship*, iniciativa regional de América Latina y el Caribe

Alianza establecida para desarrollar un programa de gestión global del agua, que reconozca e incentive a los operadores usuarios de agua para que promuevan un manejo social, ambiental y económicamente sostenible.

### 3. Desarrollo Sostenible de Recursos Hídricos

a) Centro del Agua para América Latina y el Caribe (América Latina y el Caribe)

Plataforma que contribuye al manejo sostenible del agua en América Latina y el Caribe, a través de proyectos de investigación, desarrollo tecnológico, consultoría y capacitación.

Gracias al Centro de Agua para América Latina y el Caribe, se han capacitado a 794 profesionales, se han editado 13 publicaciones especializadas, se han obtenido 4 reconocimientos nacionales e internacionales y actualmente existen 16 proyectos de investigación vigentes.

### 4. Calidad de Vida

a) Cátedra Nutrigenómica (América Latina y el Caribe)

Cátedra del Centro de Biotecnología FEMSA del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, que busca generar nuevo conocimiento en el área de la nutrición, vinculada con la genómica, y avanzar en el desarrollo y diseño de alimentos, así como en la innovación de tecnologías alimentarias.



Mediante la Cátedra se han realizado 57 artículos indizados publicados y aceptados, se han solicitado 5 patentes y se ha otorgado 1, se han obtenido 25 premios y reconocimientos y existen 10 proyectos en marcha.

## Conservando nuestras fuentes de agua

Uno de los proyectos más importantes de Fundación FEMSA es la Alianza Latinoamericana de Fondos de Agua, lanzada en 2011 en conjunto con *The Nature Conservancy*, el Banco Interamericano de Desarrollo y el Fondo para el Medio Ambiente Mundial. Su objetivo es crear, implementar y capitalizar 32 Fondos de Agua en América Latina en 5 años. Al día de hoy cuenta con más de 100 organizaciones involucradas en algún Fondo de Agua, en 6 países de la región.



Anexo Portafolio de PRODUCTOS

# Portafolio de Productos

Contamos con un amplio portafolio de productos, integrado por 116 marcas de bebidas como refrescos, aguas con o sin gas, té listo para beber, café, jugos y néctares, bebidas a base de frutas, bebidas para deportistas, bebidas energéticas y bebidas fortificadas que responden las distintas necesidades de hidratación y consumo del mercado.

## Coca-Cola

Es la marca más famosa del mundo, con más de 126 años de existencia. Su nombre es una de las palabras más reconocidas y trascendentes en la historia universal.



## Coca-Cola Life

En 2013, como parte de nuestro compromiso global de ofrecer una variedad de productos para satisfacer las necesidades de las personas, en Argentina se une a nuestro portafolio la primera bebida de cola baja en calorías y endulzada naturalmente con azúcar y Stevia.

Con tan sólo 36 calorías por porción de 200 mililitros, Coca-Cola Life se ajusta a un estilo de vida equilibrado, que proporciona hidratación y disfrute pleno del sabor con calorías. Para conocer más sobre este gran lanzamiento que se suma al portafolio icónico de Coca-Cola, se puede visitar <http://www.coca-colalife.com.ar/>

## Refrescos de Sabores

Ofrecemos una gran variedad de bebidas carbonatadas de distintos sabores y presentaciones, entre las que destacan algunas de nuestras marcas con mayor tiempo en el mercado, como: Fanta, Sprite, Kola Roman, Royal y Sidral Mundet; asimismo, cobrando relevancia contamos con versiones No Calóricas, como Fanta Zero, Fresca Zero y Sidral Mundet Light, además de marcas regionales de gran tradición, como: Victoria, Escuis, Ameyal y Yoli.





## Agua Natural y Saborizada

Ofreciendo hidratación de la más alta calidad con productos libres de sodio, manejamos marcas como Ciel, Brisa, Bonaqua y Dasani. Con opciones de sabores, contamos con Ciel + que, sin calorías, cuenta con 4 diferentes sabores: Toronja, Jamaica, Limón, Mandarina y con Aquarius, en 6 distintos sabores. Finalmente, refrescante y con un delicioso burbujeo, contamos con bebidas que gracias a su carbonatación favorecen una correcta digestión, como Ciel Mineralizada, Schweppes, Viva Mineral y Bonaqua con Gas.



## Jugos y Bebidas a Base de Jugos

Nuestros jugos, elaborados 100% con frutas cuidadosamente seleccionadas, cumplen con estándares internacionales de calidad. Contamos con marcas como Minute Maid y Jugos del Valle. Disponibles en muy variados sabores como Naranja, Toronja, Manzana, Mango, Piña y Uva.

También contamos con bebidas a base de jugo, como Frutsi en México, Cepita en Argentina y Del Valle Frut en diversos países. Estas deliciosas bebidas que contribuyen a la hidratación, cuentan con jugo, están fortificadas con vitaminas y se pueden encontrar en sabores:

## Bebidas sin Calorías

Dentro de todas nuestras categorías, contamos con opciones de productos en distintos tamaños y versiones Zero o Light. De tal forma que nuestros consumidores pueden elegir la bebida que más se adecue a sus necesidades calóricas y a su estilo de vida.



## Té

FUZE Tea es un té listo para beber, que fusiona las bondades del té con el jugo de fruta sin conservadores ni colorantes artificiales. Disponible como té negro, verde o blanco y con opciones light, es la primera marca global de té de *The Coca-Cola Company*, naciendo en 20 países simultáneamente. En Filipinas contamos con Frutcy listo para beber, en 4 sabores: Manzana, Limón, Calamansi y Té helado de limón.



Uva, Manzana, Mango, Ponche de Frutas y Naranja. Por otro lado, Eight O Clock está disponible en 5 distintos sabores: Ponkana, Naranja, Mango, Mango-Naranja y Piña. Además, contamos con la presentación de té helado: Limón y Manzana Verde.

## Bebidas Isotónicas

Son ideales para tomarse antes, durante y después de realizar actividad física. Su balance adecuado de electrolitos permite al organismo hidratarse con mayor facilidad y reemplazar las sales que se pierden durante el ejercicio. Nuestra marca Powerade está disponible en diversos sabores, como Moras o Frutos Rojos, y cuenta con la innovadora Training Water.



## Bebidas Vitaminadas

Glacéau Vitaminwater es agua purificada con gran sabor, hecha a partir de ingredientes naturales y enriquecida con vitaminas. Es una bebida diferente, con beneficios funcionales para enfrentar el día a día llenos de energía. Se encuentra en seis diferentes variantes: Restore, Energy, Power-C, Vital, Revitalize y XXX, la cual está disponible también en versión sin calorías (Zero).



## Café

Café Blak es un extracto líquido a base de granos de café tostado y molido, cosechado y producido en México. Disponible para deleitar a nuestros consumidores en ocho sabores: Café Americano, Capuchino, Capuchino Vainilla, Mokachino, Latte, Latte Vainilla, Latte Moka y Chocolate, en presentaciones de 10 oz y 14 oz.



## Bebidas Energéticas

Están disponibles en marcas como Burn o Gladiator. Son bebidas fortificadas, con taurina y vitaminas del complejo B, que pueden disfrutarse en cualquier momento del día. Ayudan a dar un impulso cuando llega el cansancio o simplemente cuando se requiere de más energía para seguir con las actividades.



## Lácteos

A través de las marcas Santa Clara en México y Estrella Azul en Panamá, incursionamos en el mercado de bebidas lácteas y sus derivados, como crema, quesos, yogurts y helado. Nuestros productos son elaborados con ingredientes de origen natural y cuentan con una calidad insuperable, un alto valor nutricional y un acentuado sabor para deleitar el paladar de nuestros consumidores.





Anexo Complementario de Indicadores GRI

Como complemento a la sección anterior, que presenta los logros más importantes de los ejes de la Estrategia de Sostenibilidad de Coca-Cola FEMSA, y con la finalidad de dar a conocer al lector información detallada de las siguientes secciones de la Guía del Global Reporting Initiative (GRI G3), a continuación les presentamos este segundo apartado del Informe: Sección 3, "Parámetros del informe", Sección 4, "Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés", así como las secciones de desempeño en "Derechos Humanos", parte de los indicadores de "Desempeño Social", como complemento al capítulo "Nuestra Comunidad", así como algunos indicadores complementarios del Eje de Nuestra Gente y Nuestro Planeta.

## Gobierno Corporativo y Consejo de Administración

GRI 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.9, 4.10

Creemos que la honestidad e integridad son valores que dignifican a las personas, entendiéndose por esto el respeto a los principios éticos y morales, con congruencia en el pensar, decir y hacer de cada persona.

En Coca-Cola FEMSA las prácticas de Gobierno Corporativo se encuentran fundamentadas en nuestros estatutos, la Ley del Mercado de Valores y las reglamentaciones emitidas por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, además de seguir las reglas del Código de Mejores Prácticas Corporativas, principios, normas, políticas y procedimientos; este criterio de cumplimiento es aplicable para todas las operaciones adquiridas y futuras adquisiciones. Adicionalmente cumplimos con las prácticas determinadas por autoridades regulatorias mexicanas, así como aquellas requeridas para compañías establecidas en los Estados Unidos de América, conforme a los estándares de la Bolsa de Valores de Nueva York (NYSE).

Actualmente el Consejo de Administración cuenta con 19 consejeros propietarios y 18 consejeros suplentes, quienes son nombrados cada año por la Asamblea Anual Ordinaria de Accionistas, quienes además de vigilar el desempeño de los consejeros, buscan realizar el proceso de selección de estos, garantizando una representatividad de hombres y mujeres, que destacan por su experiencia profesional y representan un gran valor a la compañía, como por ejemplo expertos en finanzas, temas legales y directores de prestigiosas empresas, teniendo en cuenta la capacidad, trayectoria y posibilidad de aportar a la empresa.

Como parte del proceso de capacitación, los consejeros recibieron un paquete de información de la empresa. Dentro de las funciones que deben desempeñar se encuentran: garan-

tizar la formalidad y transparencia del proceso de propuesta y la elección de los miembros del Consejo.

Los consejeros sólo pueden ser electos por la mayoría de los accionistas de las series correspondientes, votando como una clase, representados en la Asamblea de Accionistas. En el caso de los accionistas ADS's, se cuenta con el mecanismo de voto electrónico, a través del *Bank of New York Mellon*, para los accionistas que residen en otro país y además cuentan con acciones de la serie "L", estos tienen el derecho y no la obligación de informarle a la casa de bolsa que tenga sus acciones (en un periodo de 5 a 8 días hábiles previos a que se celebre la asamblea) que pida a Indeval el pase para que la casa de bolsa en nombre del accionista vote por él, según la instrucción enviada.

Conforme a los estatutos, los consejeros son nombrados por periodos renovables de un año y el Consejo de Administración se debe reunir al menos 4 veces año. De igual manera, conforme a los estatutos y en cumplimiento del artículo 24 de la Ley del Mercado de Valores, al menos el 25% de los consejeros son independientes. Asimismo, de acuerdo al artículo 20 de los estatutos sociales "Los accionistas titulares de acciones con derecho a voto, incluso limitado o restringido, que en lo individual o en conjunto tengan el 10% del capital social, podrán requerir del Presidente de Consejo de Administración, del Comité de Auditoría o del Comité de Prácticas Societarias, que se convoque a una Asamblea General de Accionistas."

En la Asamblea de Accionistas se define la remuneración de los consejeros, buscando la equidad de acuerdo a estándares de mercado. De igual forma en el caso de la base directiva, contamos con políticas definidas por el Consejo de Administración, siempre considerando la opinión del Comité de Prácticas Societarias, conformado por consejeros independientes. Por su parte, la remuneración de nuestro Director General es aprobada por el Consejo de Administración y la remuneración de los directivos de primera línea es determinada por el Co-



mité de Prácticas Societarias, para la posterior aprobación del Consejo de Administración.

El sistema de bonos para ejecutivos se pone en acción con base en el cumplimiento de objetivos anuales cuantitativos y cualitativos, así como cierre de proyectos especiales. A partir del Valor Económico Agregado (VEA) se definen los objetivos de los ejecutivos, teniendo una combinación de generación de VEA de un 70% y 30% de Coca-Cola FEMSA y FEMSA respectivamente. Aproximadamente el 50% de los bonos se basan en los objetivos cuantitativos de acuerdo a la VEA. El restante 50% de dichos bonos se encuentra basado en los objetivos del puesto y del área, los cuales se establecen anualmente.

A fin de mantener contacto permanente con nuestros inversionistas y accionistas, se ha designado al área de Relación con Inversionistas de Coca-Cola FEMSA, para fungir como puente entre el Consejo de Administración, los accionistas e inversionistas, gestionando sus comentarios e inquietudes y siendo responsable de presentar información relevante, tanto de manera electrónica como presencial.

Con el objetivo de desempeñar de manera favorable sus funciones, el Consejo de Administración se apoya en tres comités:

1) Comité de Finanzas y Planeación.- El Comité de Finanzas y Planeación trabaja junto con la Administración para determinar el plan estratégico y financiero anual y de largo plazo, y revisa la adherencia a estos planes. El comité es responsable de determinar la estructura de capital óptima de la compañía y recomienda los niveles de endeudamiento apropiados, así como la emisión de acciones y/o deuda. Adicionalmente, el Comité de Finanzas y Planeación es responsable de la administración de riesgos financieros.

Presidente: Irial Finan.

Secretario: Héctor Treviño Gutiérrez, Director de Finanzas y Administración.

Miembros: Federico Reyes García, Ricardo Guajardo Touché y Enrique Senior Hernández.

2) Comité de Auditoría.- Es responsable de revisar la confiabilidad e integridad de la información financiera trimestral y anual, de acuerdo con los requisitos contables, de control interno y de auditoría. El Comité de Auditoría es responsable directo del nombramiento, compensación, retención y supervisión de los auditores independientes, los cuales le reportan directamente. La función de auditoría interna también reporta directamente al Comité de

Auditoría. El Comité de Auditoría ha implementado procesos para recibir, retener y responder quejas en relación con asuntos contables, de control interno y de auditoría, incluyendo la presentación de quejas confidenciales y anónimas por parte de empleados, en relación con asuntos contables y de auditoría cuestionables. Para llevar a cabo estas funciones, el Comité de Auditoría podrá contratar consultores independientes y otros asesores. Cuando sea necesario, compensaremos a los auditores independientes y a cualquier otro asesor externo contratado por el Comité de Auditoría y proporcionaremos los fondos para cubrir los gastos administrativos en los que incurra dicho comité en el cumplimiento de sus funciones. Cada miembro del Comité de Auditoría es un consejero independiente de conformidad con lo previsto en la Ley del Mercado de Valores de México y los estándares aplicables para cotizar en el Mercado de Valores de Estados Unidos (*New York Stock Exchange*). El Secretario del Comité de Auditoría, quien no es miembro del Consejo de Administración, es Director de Control de Operaciones y Auditoría de FEMSA.

A través del Informe Anual, el Comité de Auditoría manifiesta el cumplimiento al Código de Mejores Prácticas Corporativas y las disposiciones establecidas en la Ley Sarbanes Oxley.

Presidente: José Manuel Canal Hernando.

Secretario: José González Ornelas, Director de Control de Operaciones y Auditoría de FEMSA.

Miembros: Alfonso González Migoya, Charles H. McTier, Francisco Zambrano Rodríguez y Ernesto Cruz de León.

3) Comité de Prácticas Societarias.- El Comité de Prácticas Societarias, integrado exclusivamente por consejeros independientes, es responsable de prevenir o reducir el riesgo de realizar operaciones que pudieran dañar el valor de nuestra compañía o que beneficien a un grupo particular de accionistas. El comité puede convocar a una Asamblea de Accionistas e incluir temas en la agenda de esa reunión que consideren apropiados, así como aprobar políticas sobre transacciones con partes relacionadas, aprobar el plan de compensación del Director General y otros directivos relevantes y apoyar a nuestro Consejo de Administración en la elaboración de ciertos reportes.

Presidente: Daniel Servitje Montull.

Secretarios: Gary Fayard y Javier Astaburuaga Senjines.

Miembros: Helmut Paul y Karl Frei Buechi.

# Código de Ética de Negocios

GRI 4.8, SO2, SO3, SO4, SO5, SO6, SO7, SO8, PR8

El Código de Ética de Negocios de Coca-Cola FEMSA resulta una parte fundamental de nuestra cultura organizacional y nos permite incorporar e implementar, a través de declaraciones de principios y valores, los fundamentos morales y éticos dentro de la vida diaria de nuestra organización. Por su relevancia, este documento se entrega de manera impresa a todos los nuevos integrantes de la compañía, durante el curso de inducción, y adicionalmente se encuentra disponible para el 100% de nuestros colaboradores como material de consulta tanto en internet, a través de la página web de Coca-Cola FEMSA, como en intranet, en el apartado de Gobierno Corporativo, en donde se encuentra también el compendio de nuestras 89 políticas que dirigen nuestro actuar. Nuestro Código de Ética de Negocios está disponible en tres idiomas: español, inglés y portugués.

Su principal objetivo es establecer los criterios básicos para normar el comportamiento ético de todas las personas que laboran en Coca-Cola FEMSA. Mediante él, damos a conocer a los consejeros, directivos y empleados de la organización tanto sus obligaciones de carácter ético hacia Coca-Cola FEMSA, como sus obligaciones hacia inversionistas, clientes, acreedores, proveedores, competidores, autoridades, medio ambiente y comunidad.

En este sentido, nuestra misión, visión y valores en Coca-Cola FEMSA constituyen una parte fundamental de la organización y en ellos se fundamentan las normatividades, a través de las cuales se toman decisiones y se ejecutan acciones con valor.

## Valores Coca-Cola FEMSA:

1. Pasión por el servicio y enfoque al Cliente/Consumidor.
2. Innovación y Creatividad.
3. Calidad y Productividad.
4. Respeto, Desarrollo Integral y Excelencia del Personal.
5. Honestidad, Integridad y Austeridad.

En el Código de Ética de Negocios de Coca-Cola FEMSA se establecen normas éticas alineadas a nuestra misión y visión, que se encuentran basadas tanto en el respeto a los derechos humanos, como en el cumplimiento de las leyes, regulaciones y ordenamientos de los países en los que operamos, buscando en todo momento ser un ejemplo de cultura de legalidad.

Además, en nuestro Código de Ética también se establecen normas éticas específicas enfocadas a la relación con clientes, la competencia, proveedores, publicidad y mercadotecnia, autoridades, anticorrupción, medio ambiente, comunidad, salud ocupacional y seguridad, conflicto de intereses, y el manejo de información.

De tal forma, a través del Código de Ética, promovemos el trato equitativo y honesto con los clientes, así como la libre y respetuosa competencia, apegados en todo momento a las leyes y reglamentos vigentes. Asimismo, promovemos la participación equitativa de los proveedores, basada principalmente en criterios de calidad, rentabilidad y servicio.

Por otra parte, el Código de Ética promueve un espíritu de cooperación y diálogo con las autoridades, apegándonos a las normas y leyes aplicables en los países donde operamos y fomentando una estricta política anticorrupción en todos los niveles. Cabe señalar que damos cumplimiento en todas nuestras operaciones a nuestro Código de Ética, que regula la participación y contribución de la empresa a partidos políticos. En caso de presentarse alguna situación de incumplimiento o de corrupción, se cuentan con sanciones que pueden ir desde un plan de corrección, actas administrativas, despidos e incluso denuncias ante las autoridades competentes.

Durante 2013, se impartieron 125,266 horas de capacitación presencial en temas relacionados con Derechos Humanos, 22,765 horas en temas de ética y corrupción y 1,186 horas en temas de Cultura de la Legalidad. Adicionalmente, como parte de los procesos anuales, se realiza un envío de Declaración de Cumplimiento al Código de Ética de Negocio, en el que participan todos nuestros colaboradores, a fin de determinar cualquier incumplimiento y detectar posibles riesgos relacionados.

Como parte de nuestro compromiso social, reconocemos la protección y conservación del medio ambiente, así como también respetamos el cumplimiento de las leyes y regulaciones ambientales en los países donde tenemos presencia y establecemos un firme compromiso

con la comunidad, basado en nuestro origen, principios y valores.

Contamos con la "Política de Protección de Datos Personales", que marca los lineamientos que garantizan el correcto uso de la información, y por ello contamos con un departamento responsable de vigilar y ayudar a dar cumplimiento por parte de los colaboradores. En esta misma línea, todas nuestras operaciones que recaben datos personales deben establecer criterios de resguardo, disponibilidad de la información y metodología de eliminación, además de proteger la información como un activo de la empresa, con responsabilidad ética y de acuerdo a las leyes aplicables en cada país.

Durante 2013, no se presentaron denuncias ni multas relacionadas con fugas de datos personales o violación a la privacidad de nuestros clientes y colaboradores, de igual manera no se presentaron acciones legales por conductas anticompetitivas o prácticas monopólicas.

Tanto el Comité de Auditoría como el Comité de Recursos Humanos del Consejo vigilan el cumplimiento del Código de Ética y se encargan de su revisión y actualización, previa presentación de propuestas ante el Consejo de Administración para su aprobación.

Para más información, visitar: [http://www.coca-colafemsa.com/femsa/web/conteudo\\_es.asp?idioma=2&conta=47&tipo=27666](http://www.coca-colafemsa.com/femsa/web/conteudo_es.asp?idioma=2&conta=47&tipo=27666)

## Sistema de Denuncias de Coca-Cola FEMSA (DILO)

GRI. SO4, HR4, HR9, HR10, HR11

Con el objetivo de promover un espacio de comunicación abierta, que permita a todos los colaboradores notificar cualquier práctica o comportamiento que no esté apegado a nuestras políticas corporativas o al Código de Ética de Negocios, contamos con el Sistema de Denuncias de Coca-Cola FEMSA (DILO), que es un canal formal y permanente de comunicación, mediante el cual se pueden presentar denuncias a través de una línea telefónica gratuita, correo electrónico, chat o internet.

Los colaboradores cuentan con toda la información pertinente sobre el funcionamiento de DILO en intranet y además se refuerza la importancia de esta herramienta en todas las operaciones, a partir de campañas de difusión bianuales, garantizando que el personal se

mantenga informado sobre este canal de comunicación.

En el caso de nuestros proveedores, como parte del proceso de comunicación constante con ellos, también hemos habilitado DILO como un canal formal de interacción, a través del cual se pueden denunciar violaciones relacionadas con nuestras políticas, Código de Ética de Negocios o acciones que puedan poner en riesgo el cumplimiento a las garantías de derechos humanos, como trabajo infantil o trabajo forzado.

Por su naturaleza, al ser un sistema formal de denuncias, nos permite sostener el compromiso y mantener altos estándares de integridad, honestidad, apertura, objetividad y transparencia en términos de información financiera, operación, seguridad y salud ocupacional, recursos humanos y seguridad patrimonial. Además, en consistencia con los Principios Rectores del Pacto Mundial de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) que protegen los derechos humanos, durante este periodo de reporte no se presentó ningún tipo de incidente relacionado con este tema, incluyendo discriminación a comunidades indígenas, libertad de asociación, trabajo infantil o trabajo forzado.

El sistema DILO, además de ayudar a detectar prácticas irregulares y conductas inapropiadas, nos brinda soporte para prevenir y resolver violaciones al Código de Ética, asimismo garantiza que todas las denuncias ingresadas al sistema son investigadas de manera objetiva y resueltas, sin excepción, por las áreas de Recursos Humanos o Control Interno, según sea el caso.

Además, DILO nos proporciona las herramientas para establecer mecanismos de prevención y apoyo, con el fin de facilitar la detección de incidentes, a través de procedimientos de investigación que incluyen entrevistas con el personal involucrado, verificación de la información, etc. En caso de ser necesario, se definen sanciones de acuerdo a su gravedad y bajo los criterios del Código de Ética, como son: retroalimentación, plan de corrección, actas administrativas, despido e incluso denuncia de las autoridades correspondientes.

En 2013 se recibieron 797 denuncias, de las cuales 65% han sido resueltas y las restantes se encuentran en proceso de investigación. La mayor parte de las denuncias se encuentran relacionadas con temas de abuso de autoridad. Las denuncias relacionadas con el tema de discriminación, fueron 10 durante el 2013, de éstas 5 se han cerrado y el resto continúan en proceso.

# Grupos de Interés y Canales de Diálogo

GRI 4.14, 4.15, 4.16, 4.17, LA5, PR5

En Coca-Cola FEMSA nuestros grupos de interés o *stakeholders* son parte fundamental en nuestro propósito de generación de valor tanto para nuestro negocio como para nuestras comunidades, por ello hemos desarrollado un ejercicio a fin de identificarlos, tomando como base el impacto que tenemos a través de nuestras operaciones, así como el interés que muestran en nuestras actividades.

Adicionalmente, contamos con canales de comunicación formales para conocer proactivamente las expectativas de nuestros grupos de interés, así como comunicar las acciones que se realizan para mantener una buena relación con ellos. En la siguiente matriz mostramos a nuestros grupos de interés cercanos, así como los medios habilitados para lograr la interacción con ellos con base en sus necesidades.

	Sistema de Denuncias	Línea 01-800	Correo / Página Web	Encuesta de Clima Laboral	Estudios Comunitarios	Reuniones de Diálogo	Participación en Foros	Área responsable de Atención	Principales Temas Identificados
Colaboradores y sus Familias	●	●	●	●	●		●	Recursos Humanos.	Filosofía del negocio, cultura laboral, relación laboral.
Comunidad	●	●	●		●	●	●	Asuntos Corporativos, Comercial, Recursos Humanos.	Programas de desarrollo comunitario, portafolio de productos, bolsa de trabajo, seguridad en centros de trabajo.
Clientes y Consumidores	●	●	●		●		●	Comercial, Marketing.	Solicitudes de información diversa, portafolio de productos, bolsa de trabajo, patrocinios, asistencia técnica y ventas.
Proveedores	●	●	●		●		●	Abastecimiento.	Relación comercial.
Accionistas e Inversionistas	●		●		●		●	Relación con Inversionistas.	Resultados financieros, estrategia de la compañía, planes de inversión, perspectivas económicas.
Autoridades y Asociaciones Empresariales	●		●		●		●	Asuntos Corporativos.	Colaboración en iniciativas de desarrollo comunitario y cuidado del medio ambiente.
Sindicatos	●		●		●	●		Recursos Humanos.	Negociaciones de contratos colectivos de trabajo, relación laboral.
Organizaciones de la Sociedad Civil	●		●		●	●	●	Asuntos Corporativos.	Proyectos conjuntos.
Medios de Comunicación	●		●		●	●	●	Asuntos Corporativos	Estrategia de negocio, resultados financieros, programas de desarrollo comunitario y cuidado del medio ambiente, posicionamiento institucional.
Instituciones Educativas	●		●		●		●	Recursos Humanos Asuntos Corporativos	Proyectos conjuntos, asesoría académica, investigación, capacitación.

● Permanente    ● Anual    ● Variable

De acuerdo a los comentarios recibidos por parte de nuestros grupos de interés, a través de los diferentes canales que se encuentran disponibles, se ha determinado que los temas más relevantes son:

- Medio Ambiente
- Composición del portafolio de bebidas
- Iniciativas para fomentar estilos de vida saludable

Para dar respuesta al tema de desempeño medio ambiental, hemos atendido el requerimiento de información a través de los informes de sostenibilidad, en donde se da seguimiento a indicadores de desempeño, mostrando nuestro avance y acciones emprendidas para mejorarlo. Adicionalmente, de manera voluntaria y confidencial, hemos reportado las emisiones de todas nuestras operaciones a través de *Carbon Disclosure Project*, así como también en México reportamos nuestras emisiones de gases de efecto invernadero a través de SEMARNAT, con el Reporte de Emisión de Gases de Efecto Invernadero.

Para nosotros resulta indispensable conocer a nuestros grupos de interés de manera cercana, por ello hemos establecido distintos canales que nos permiten intercambiar y mantener una comunicación constante, mediante el diálogo constructivo y la transparencia, con el objetivo de transmitir información en ambas direcciones que nos permita desarrollar iniciativas para mejorar constantemente la relación, asegurando así el desarrollo sostenible de las actividades con nuestras comunidades, a través de estudios de comunidad para conocer sus necesidades, así como los posibles impactos de nuestra operación.

En el caso de nuestros colaboradores, contamos con un área funcional de comunicación que se encarga de mantener informado al personal sobre temas importantes, relacionados con cambios organizacionales relevantes en la compañía; en el caso de contratos colectivos, dependiendo el caso y bajo la regulación laboral, se determina el preaviso.

Con relación a información relevante sobre nuestro portafolio de productos, proporcionamos datos a nuestros consumidores y colaboradores, alineados a los criterios de *The Coca-Cola Company* de acuerdo a la legislación vigente de cada operación. Para más detalle, favor de consultar el apartado de Mercadotecnia Responsable dentro de este mismo documento.

Como parte del compromiso con nuestra comunidad, fomentamos estilos de vida saludable que promueven la actividad física y el bienestar de las personas; tan sólo en 2013 tuvimos

la oportunidad de beneficiar a más de 400,000 personas a través de estos programas, que promueven en nuestras operaciones actividad física y educación nutricional, así como de inversión en infraestructura, a través del programa de bebederos en México.

En Coca-Cola FEMSA somos conscientes de que tener un enfoque de atención y servicio al cliente es fundamental para lograr la permanencia de nuestro negocio; ofrecer un servicio de excelencia que se caracterice por la velocidad de respuesta, eficiencia y productividad, es lo que nos permite diferenciarnos y lograr la preferencia de nuestros clientes, cimentando nuestro trabajo en la cultura de mejora continua.

Contamos con un Centro de Contacto en el que damos atención a nuestros clientes así como a consumidores finales, que son redireccionados por medio de la Línea Hola de *The Coca-Cola Company*. Durante 2013, el Centro de Contacto de Coca-Cola FEMSA en México recibió el reconocimiento de Empresa incluyente "Gilberto Rincón Gallardo", por parte de la Secretaría de Trabajo y Previsión Social de México.

El Centro de Contacto de Coca-Cola FEMSA en México, cuenta con los lineamientos del Sistema Coca-Cola de Calidad y el sistema externo Instituto Mexicano de Teleservicios (IMT), con la finalidad de garantizar la excelencia en el servicio proporcionado a nuestros usuarios.



## Eje 1: Nuestra Gente

GRI EC7, EC9, LA1, LA2, LA4, LA5, LA13, HR1, HR3, HR8

A continuación presentamos la plantilla de colaboradores KOF, que a finales de 2013 estuvo conformada por 76,673 personas, de las cuales el 90% cuenta con contrato colectivo directo y el 10% presta servicios de manera indirecta. El 55% forma parte del sindicato y cuenta con un contrato colectivo de trabajo, de acuerdo a las leyes y condiciones vigentes de cada uno de los países en donde operamos, garantizando el cumplimiento de los requerimientos laborales, incluyendo los de salud, higiene y seguridad. Adicionalmente, de acuerdo a datos de la Asociación Nacional de Productores de Refrescos y Aguas Carbonatadas, A.C. de México (ANPRAC), por cada empleo directo generado en esta industria se generan 5.2 empleos indirectos, por lo que en Coca-Cola FEMSA podemos estimar que contribuimos con la generación de más de 440,000 empleos indirectos.

Plantilla*	No Sindicalizados	Sindicalizados	Total Empleados Directos	Terceros	Total Colaboradores
<b>Corporativo</b>	<b>477</b>	<b>-----</b>	<b>477</b>	<b>25</b>	<b>497</b>
Op. México	15,401	20,795	36,196	3,826	40,022
<b>Grupo YOLI</b>	<b>1,915</b>	<b>1,998</b>	<b>3,913</b>	<b>210</b>	<b>4,123</b>
Oficina Centroamérica	172	-----	172	2	174
Op. Costa Rica	1,396	-----	1,396	351	1,747
Op. Guatemala	395	1,019	1,314	191	1,505
Op. Nicaragua	267	434	701	262	963
Op. Panama	399	823	1,222	287	1,509
<b>División México &amp; CA</b>	<b>17,930</b>	<b>23,071</b>	<b>41,001</b>	<b>4,919</b>	<b>45,920</b>
Op. Argentina	654	1,980	2,634	258	2,892
Op. Brasil*	158	9,875	10,033	689	10,722
Op. Colombia	2,612	617	3,229	1,539	4,768
Op. Venezuela	2,268	5,286	7,554	197	7,751
<b>División Sudamérica</b>	<b>5,692</b>	<b>17,758</b>	<b>23,450</b>	<b>2,683</b>	<b>26,133</b>
<b>TOTAL</b>	<b>26,014</b>	<b>42,827</b>	<b>68,841</b>	<b>7,837</b>	<b>76,673</b>

\*No incluye Filipinas, Spaipa y Fluminense.

## Personal Coca-Cola FEMSA: Por tipo de contrato, afiliación sindical, edad y sexo.

Personal General enero - diciembre 2013																		
	Contrato Indefinido						Contrato Temporal						Todo el Personal			Empleados por Nivel		
	Hombres			Mujeres			Hombres			Mujeres			Sexo		Edad			
	18 - 34	35 - 44	45 +	18 - 34	35 - 44	45 +	18 - 34	35 - 44	45 +	18 - 34	35 - 44	45 +	H	M	45 +		18 - 34	35 - 44
No Sindicalizados	11527	7094	2827	3748	1328	400	361	33	4	216	9	0	21846	5701	15852	8464	3231	27547
Sindicalizados	23589	10210	5356	478	186	96	1203	136	27	10	3	0	40521	773	25280	10535	5479	41294
	66839						2002						68841					

### Rotación

Durante 2013, tuvimos una rotación promedio en México y Centroamérica de 2.57%, manteniendo el indicador de rotación en esta región en comparación con 2012, cuyo desempeño fue de 2.56%; mientras tanto en Sudamérica registramos una rotación de 1.67%, lo que representa una mejoría en 0.89% contra 2012, cuando teníamos un nivel de rotación promedio de 2.09%.

### Equidad

En nuestras operaciones contamos con más del 10% de colaboradoras mujeres, teniendo una participación de más del 21% en áreas administrativas y una representación del 18% en grupos directivos o gerenciales.

Adicionalmente, más del 70% de nuestros puestos directivos son ocupados por personas originarias del país, fomentado así el desarrollo de la comunidad.

Tuvimos la integración de 295 personas con alguna discapacidad física en las operaciones de Argentina, Brasil, Colombia y Venezuela, y la colaboración de 616 adultos mayores en todas nuestras operaciones.

Como parte de nuestro compromiso con los Derechos Humanos, se proporciona al personal capacitación en temas relacionados con cultura de la legalidad, ética, valores y derechos

humanos; tan sólo en 2013, brindamos más de 125,000 horas de capacitación en nuestras operaciones. En el caso del personal de seguridad, sus elementos fueron capacitados en temas relacionados con derechos humanos, aunado al entrenamiento en políticas de la empresa que aborda este tópico, buscando así garantizar el buen trato y comportamiento por parte de este personal. En México, el 100% de nuestros colaboradores de seguridad, tanto internos como externos, fueron capacitados a través del curso de inducción en temas de Derechos Humanos.

Adicionalmente, como parte del Sistema Coca-Cola, damos cumplimiento a la "Política de Derechos en el Lugar de Trabajo" (*Workplace Rights Policy*) de *The Coca-Cola Company*, con lo que hemos logrado certificar el 91% de nuestras plantas y seguimos avanzando para alcanzar la meta del 100% en 2014.

### Clima Laboral

En Coca-Cola FEMSA buscamos que nuestros colaboradores se desarrollen en un ambiente fundamentado en la integridad, el trabajo constante, y sobre todo, en el respeto y la dignidad; por ello, con la finalidad de conocer el estatus de nuestro clima laboral, de manera bianual realizamos un estudio en nuestros centros de trabajo. En 2013, se evaluó el 83% de los centros de trabajo, obteniendo un nivel de satisfacción de nuestros colaboradores del 80.47%, en consistencia con nuestra metodología.

# Seguridad y Salud Ocupacional (SASSO)

GRI. LA6, LA 7, LA8, LA9 y FP3

Para Coca-Cola FEMSA es muy importante garantizar la integridad física de todos nuestros colaboradores y mejorar la calidad y productividad, promoviendo en todo momento una cultura de autocuidado y prácticas de seguridad industrial, para prevenir enfermedades, lesiones y reducir al máximo los riesgos de trabajo. Es así como desde 2008, trabajamos bajo el "Sistema de Administración de Seguridad y Salud Ocupacional (SASSO)", que nos permite impulsar una gestión integral con objetivos y metas anuales e involucra a todos los niveles de la organización a través de comités y subcomités, en los que se encuentra representado el 100% de nuestros colaboradores, incluyendo personal directivo y administrativo, así como sindicalizados.

Todas nuestras acciones enfocadas a temas de seguridad y salud de nuestros colaboradores, son canalizadas a través del SASSO, que se conforma de 3 estrategias con un enfoque preventivo y que incluyen campañas de medicina preventiva, promoción de calidad de vida, vacunación en adultos, estudios de ergonomía, prevención de riesgos y contingencias industriales, entre otros. Estrategias SASSO con enfoque preventivo:



## Durante 2013, hicimos una inversión de US\$33.4 millones en programas de Seguridad y Salud Ocupacional.

A través del sistema, fomentamos una cultura de autocuidado basada en el desarrollo e implementación de procedimientos de trabajo seguros, mediante los cuales queremos llegar a obtener:

- Lugares de trabajo sanos que no perjudiquen la salud.
- Procesos y procedimientos seguros que no generen accidentes.
- Cultura de prevención y autocuidado de nuestros colaboradores, con impacto positivo en el nivel de salud, calidad de vida, núcleo familiar y la comunidad donde nos desarrollamos.

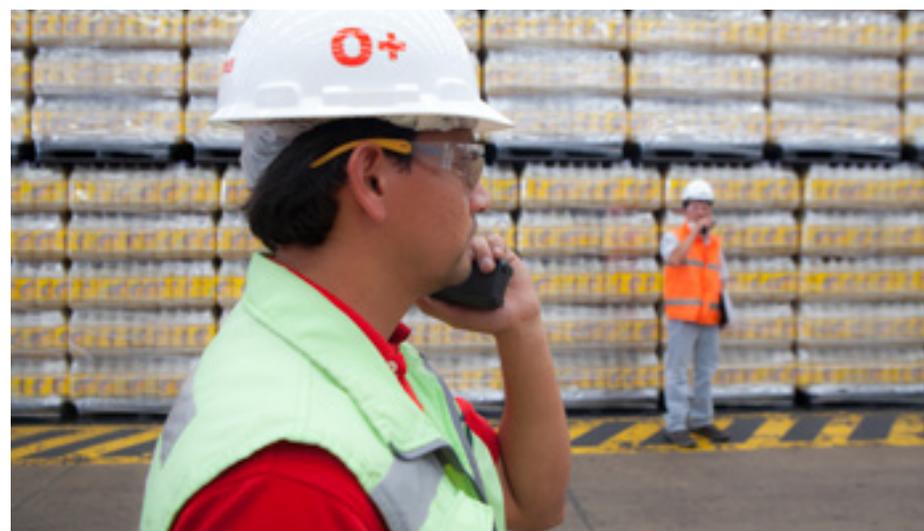
Durante el 2013, se desarrollaron en México y Centroamérica distintas iniciativas en materia de Seguridad y Salud Ocupacional, como la actualización de plantillas con asesores SASSO, la realización de talleres de prevención de accidentes y detección de enfermedades crónicas, campañas de seguridad para impulsar el cuidado en maniobras de reversa y la certificación de operadores de vehículos automotores, entre otras.

Adicionalmente, buscamos la participación de los sindicatos en temas de seguridad y ambiente laboral, destinando espacios para dialogar y tratar temas en conjunto como ausentismo, despliegue de estrategias de seguridad, prevención de accidentes, equipo de protección personal y uniformes.

En Coca-Cola FEMSA seguimos trabajando en fortalecer los programas de seguridad y ambiente laboral de nuestros colaboradores. A continuación presentamos los indicadores 2013 de accidentabilidad y fatalidades:

KOF	Índice de Accidentabilidad por cada 100 colaboradores	Días perdidos por accidentes incapacitantes	Índice de días perdidos por enfermedad general por cada 100 colaboradores	Fatalidades por accidente de trabajo personal interno
Argentina	6.20	4436	744.32	0
Brasil	1.30	2556	1407.83	0
Colombia	4.28	1832	605.75	0
Costa Rica	4.70	633	361.98	0
Guatemala	2.16	747	244.94	0
México	7.95	60168	276.20	1
Nicaragua	5.04	360	530.61	0
Panamá	1.71	176	577.75	0
Venezuela	2.96	3032	766.24	0
<b>TOTAL</b>	<b>5.73</b>	<b>73,880</b>	<b>558</b>	<b>1</b>

Con relación a pérdidas significativa de horas laborales por huelgas, disputas o paros durante 2013, solamente se registró un caso en la Planta de Valencia en Venezuela, que por la relevancia de su duración se considera dentro de la información a reportar en el presente informe. Después de 23 días de paro ilegal de la planta y distribuidora, se llevó a cabo el



levantamiento del bloqueo, como consecuencia de la ejecución de la medida cautelar que estableció la reactivación de las actividades productivas. La medida benefició a los 8,000 trabajadores de la empresa y el levantamiento del bloqueo fue resultado del esfuerzo de los trabajadores en defensa de su derecho al trabajo con apego a la ley, y la labor de las autoridades para proteger el trabajo de la colectividad mayoritaria y legítima, así como al rechazo a la violencia como mecanismo válido para plantear diferencias.

## Compensación y Beneficios

GRI. EC3, EC5, LA3, LA11 y LA14

Ofrecemos sueldos competitivos en los diez países donde operamos; esto en línea con los análisis que realizamos año con año a través de casas consultoras internacionales, compa-



rando nuestros paquetes de remuneración total con la tendencia de la industria en la cual competimos por el talento requerido para nuestras operaciones. Contamos con prestaciones, incentivos y procesos de retribución competitivos en nuestra industria, tomando como base el desempeño, competencias y responsabilidades para definir las compensaciones sin distinción de género, edad o nacionalidad. Cumplimos, y en muchos casos excedemos, con la legislación laboral de los países donde operamos, respecto a los beneficios, prestaciones y salarios para nuestros colaboradores.

Ofrecemos beneficios superiores a la ley en todas nuestras operaciones, como es el caso del Plan de Seguro de Vida para todo el personal administrativo, el Plan de Gastos Médicos Mayores, el Plan de Incentivos de Corto Plazo y el Plan de Incentivos de Largo Plazo (Bono/acciones) para niveles directivos; este último fundamentado en el logro de resultados financieros sostenibles en el tiempo, y evaluados mediante los criterios técnicos de "Economic Value Added", garantizando así la alineación del ejecutivo con la de nuestros accionistas. De igual forma se ofrece en México, aguinaldo para todos los colaboradores y pago del 100% del salario en caso de presentar una incapacidad ante el Seguro Social. Por otro lado, el pago de la prima vacacional es superior a los términos indicados en la ley en todos los países elegibles.

El salario mínimo general y profesional que por disposición legal rige en las comunidades donde trabajamos, es respetado sin excepción y ofrecemos salarios y beneficios superiores a los definidos por ley. Asimismo, aseguramos la equidad de género, al otorgar la misma remuneración económica a mujeres y hombres que se desempeñan en puestos similares con experiencia similar; de la misma manera, los sueldos ofertados a candidatos externos se definen acorde a la competitividad requerida para atraer y retener el talento, sin distinción entre candidatos hombres o mujeres.

En Coca-Cola FEMSA ofrecemos beneficios a nuestros colaboradores retirados, a través de los diversos planes de retiro que tenemos implementados en varios países y en algunos, ofrecemos un esquema complementario para brindar una jubilación que representa un pago vitalicio, en adición a servicios de atención médica. Los beneficios económicos y pensiones para el retiro, se conceden de acuerdo a las condiciones establecidas por la regulación laboral vigente de cada país.

En Coca-Cola FEMSA el desarrollo de nuestros colaboradores es fundamental en el logro de los objetivos de la empresa. Para ello, contamos con una herramienta que nos ayuda a centrarnos en lo que es importante, esta herramienta se llama *The One Page System* (TOPS). A través del sistema TOPS, todos los directores, gerentes, mandos intermedios y directivos son evaluados por Factores Críticos de Éxito (FCE). Los FCE son un resultado medible de las responsabilidades más importantes de cada miembro de Coca-Cola FEMSA, definidas por metas orientadas a resultados, alineadas a la estrategia establecida por la Dirección General. El resto del personal es evaluado a través de metodologías específicas de competencias.

De manera constante, existe un acercamiento con los colaboradores para dar seguimiento a su desempeño y al alcance de sus metas, este diálogo se realiza por medio de la revisión vertical de manera trimestral, lo que propicia un acercamiento de los integrantes de un equipo con su líder. Finalmente, al cierre del año se realiza una evaluación de consistencia en la que se evalúa el desempeño, de esta manera se asegura que los mecanismos de reconocimiento y retroalimentación cuenten con elementos certeros y alineados a resultados que fomentan el continuo desarrollo de nuestros colaboradores.

### Dentro de los beneficios que tenemos al utilizar esta herramienta se encuentran:

- Gestionar correctamente el negocio
- Fortalecer nuestra cultura organizacional
- Dar seguimiento a los objetivos individuales
- Evaluar el desempeño de cada uno de nuestros colaboradores
- Trabajar en lo que es importante



## Participación Empresarial

GRI 4.13

### Asociaciones en las que participamos en el Órgano de Gobierno

#### Argentina:

- Asociación de Fabricantes Argentinos de Coca-Cola (AFACC)
- Cámara de Comercio Argentino Mexicana

#### Brasil:

- Associação Brasileira das Indústrias de Bebidas Frias (ABIR)

#### Colombia:

- Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO)
- Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI)
- Compromiso Empresarial para el Reciclaje Colombia (CEMPRE)

#### México:

- Consejo Coordinador Empresarial (CCE)
- Asociación Nacional de Productores de Refrescos y Aguas (ANPRAC)
- Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)
- Asociación de Embotelladores Coca-Cola (ASCOCA)
- Cámara de la Industria de la Transformación (CANACINTRA)
- Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX)
- Ecología y Compromiso Empresarial, A.C.(ECOCE)

#### Venezuela:

- Cámara de Comercio e Industria Venezolana Mexicana (CAVEMEX)
- Asociación Nacional de Bebidas Refrescantes (ANBER)
- Cámara Venezolana de la Industria de Alimentos (CAVIDEA)

### Asociaciones en las que participamos pero no formamos parte del Órgano de Gobierno

#### Argentina:

- Cámara Argentina de la Industria de Bebidas Sin Alcohol (CADIBSA)
- Coordinadora de las Industrias de Productos Alimenticios (COPAL)

#### Brasil:

- Compromiso Empresarial para Reciclagem CEMPRE)
- Associação dos Fabricantes Brasileiros de Coca-Cola (AFBCC)
- Associação Brasileira da Industria de Água Mineral (ABINAM)
- Associação Brasileira dos Anunciantes (ABA)

#### Costa Rica:

- Unión Costarricense de Cámaras y Asociaciones del Sector Empresarial Privado (UCCAEP)
- Cámara Costarricense de la Industria Alimentaria (CACIA)
- Cámara de Comercio
- Cámara de Industria
- American Chamber of Commerce (AMCHAM)
- Cámara de Industria México Costarricense

#### Guatemala:

- American Chamber of Commerce (AMCHAM)
- Cámara de la Industria
- Cámara de Exportadores (CAMEX)
- Cámara de Embotelladores

#### Panamá:

- Cámara de Comercio e Industrias
- Cámara de Industriales
- American Chamber of Commerce (AMCHAM)

#### Nicaragua:

- Cámara de Industrias de Nicaragua
- Cámara México Nicaragüense
- American Chamber of Commerce (AMCHAM)

#### Venezuela:

- Cámara de Comercio de Caracas
- Cámara de Industriales del Estado Miranda
- Cámara Venezolana Americana de Comercio e Industria (Venancham)

## Sobre este Informe

GRI 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 3.6, 3.7, 3.8, 3.9, 3.10, 3.11, 3.13

Por sexto ejercicio anual consecutivo presentamos a nuestros grupos de interés nuestro Informe de Sostenibilidad, en el que reportamos los resultados consolidados del desempeño económico, social y ambiental de Coca-Cola FEMSA con una cobertura de enero a diciembre de 2013, abarcando los países en donde tenemos presencia: Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Venezuela y Filipinas.

Se ha determinado el contenido del presente informe con base en la definición del estudio de Materialidad de Coca-Cola FEMSA, así como de los criterios de congruencia, consistencia y continuidad a la información presentada en la edición 2012 del presente documento.

El alcance de la información presentada, excluye información detallada de los negocios sobre los que no se tiene responsabilidad operativa, así como aquellos que por los resultados obtenidos representan una participación minoritaria o en su defecto, hayan sido adquiridas en un periodo igual o inferior a un año.

La estructura del Informe de Sostenibilidad de Coca-Cola FEMSA permite visualizar el desempeño de la compañía en lo que se refiere a los temas económicos, sociales y ambientales, teniendo un capítulo asignado a cada uno de los ejes rectores de nuestra Estrategia de Sostenibilidad: Nuestra Gente, Nuestro Planeta y Nuestra Comunidad. Adicionalmente, se cuenta con un apartado complementario de indicadores GRI.

En 2013, Coca-Cola FEMSA tuvo la integración de Grupo Yoli en México, concluyó en enero de 2013 la adquisición del 51% de la franquicia de Coca-Cola en Filipinas y en agosto de 2013 realizó las adquisiciones de Fluminense y Spaipa, en Brasil. Debido a estas adquisiciones, se ha recalculado la línea base de los indicadores de medio ambiente, considerando la nueva estructura de la compañía.

El presente informe fue elaborado de acuerdo a los principios definidos en la terminología de *Global Reporting Initiative* (GRI) en su guía 3.1, considerando los indicadores correspondientes al Suplemento Sectorial para Empresas Procesadoras de Alimentos; de este ejercicio contamos con un nivel de aplicación A+, como resultado de la verificación externa de 30



indicadores por parte de la Firma KPMG Cárdenas Dosal, S.C. La selección de indicadores se realizó considerando aspectos materiales propuestos por la compañía y la firma verificadora.

Adicionalmente, este informe considera los principios del estándar AA1000, así como ISAE8000, a fin de garantizar la materialidad en su contenido.

Los métodos de medición están basados en indicadores internos, así como en los protocolos sugeridos por organismos externos, como GRI y el *Carbon Disclosure Project* (CDP). Para las conversiones de pesos mexicanos a dólares americanos (USD) se ha tomado como base el tipo de cambio al cierre del 31 de diciembre de 2013, con un valor base de \$13.0980 pesos mexicanos por U.S. \$1.00. Los resultados financieros presentados son consistentes con los presentados en la Bolsa de Valores de México y Nueva York. Las metas económicas reportadas en este informe corresponden a la realización de programas y proyectos, de los cuales sólo se describe en este documento una muestra representativa.

Con este ejercicio, tenemos la expectativa de consolidar un proceso de mejora continua en temas económicos, sociales y ambientales que engloban nuestra Estrategia de Sostenibilidad de Coca-Cola FEMSA, adicionalmente el presente informe es aplicable como nuestra Comunicación sobre el Progreso del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Para más información del presente informe, visitar la página:

<http://www.coca-colafemsa.com/kof/sostenibilidad/info2013>

# Principios del Pacto Mundial

GRI EN18

Los Diez Principios del Pacto Mundial están basados en Declaraciones y Convenciones Universales aplicadas en cuatro áreas: Derechos Humanos, Medio Ambiente, Estándares Laborales y Anticorrupción.

• **Derechos Humanos:**

Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.

Principio 2: Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.

• **Estándares Laborales:**

Principio 3: Las Empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Principio 4: Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

Principio 5: Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

• **Medio Ambiente:**

Principio 7: Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Principio 8: Las Empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

Principio 9: Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

• **Anticorrupción:**

Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.



## Reconocimientos

GRI. 2.10

Organización	Reconocimiento	Descripción
Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)		En México por 9° año consecutivo hemos obtenido este distintivo por nuestros resultados en temas relacionados con Calidad de Vida, Promoción del Consumo Responsable, Ética Empresarial, Programas con nuestra comunidad y medio ambiente.
Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)		Reconocimiento al programa "Plaza de la Ciudadanía" como una de las mejores prácticas dentro de la Categoría Alianzas Intersectoriales.
U.S. Green Building Council (LEED)		Reconocimiento al edificio de Oficinas Corporativas en México por lograr la certificación Leadership in Energy & Environmental (LEED) Nivel Platino.
Cámara Colombo Británica		Reconocimiento especial en los premios BRITCHAM LAZOS, entregados por la Cámara Colombo Británica, por la labor realizada a través de nuestros programas de Paz y Reconciliación en Colombia.
Secretaría del Trabajo y Previsión Social		Centro de Contacto. Reconocimiento por su programa de diversidad e inclusión laboral.
Asociación Nacional de Transporte Privado		Por tercer año consecutivo se ha recibido este máximo galardón de su tipo en México, orientado a que nuestros operadores se mantengan altamente capacitados y certificados, que cuenten con vehículos con la última tecnología.

A continuación presentamos el índice GRI 3.1 Incluyendo el Suplemento Sectorial de Empresas Productoras.

Índice GRI	Contenido	Página	Reporte	Razón de Omisión
<b>ESTRATEGIA Y ANÁLISIS</b>				
1.1	Declaración del Director General	5	Completo	
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades	14	Completo	
<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>				
2.1	Nombre de la organización	2° de forros, 7	Completo	
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios	12, 56	Completo	
2.3	Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y joint ventures	2° de forros, 7	Completo	
2.4	Ubicación de la sede de la organización	2° de forros, 9	Completo	
2.5	Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o que sean relevantes específicamente a los aspectos de sostenibilidad tratados en este reporte	2° de forros, 7	Completo	
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	2° de forros	Completo	
2.7	Mercados atendidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios)	2° de forros, 7	Completo	
2.8	Dimensión de la organización	7, 10	Completo	
2.9	Cambios significativos durante el periodo del informe con relación a tamaño, estructura y propiedad	10, 74	Completo	
2.10	Premios recibidos durante el periodo del informe	75	Completo	
<b>PARÁMETROS DEL INFORME</b>				
3.1	Periodo cubierto de la información proporcionada (p.e. año fiscal/calendario)-	74	Completo	
3.2	Fecha más reciente del reporte previo.	74	Completo	
3.3	Ciclo de presentación de informes.	74	Completo	
3.4	Contacto para cuestiones relativas al informe o su contenido.	3° de forros	Completo	
3.5	Proceso para la definición del contenido del informe.	74	Completo	
3.6	Cobertura del reporte (p.e. países, divisiones, filiales, instalaciones arrendadas, joint ventures, proveedores).	74	Completo	

3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o la cobertura del informe (ver principio de integridad para la explicación del alcance).	74	Completo	
3.8	Bases para la elaboración de informes de joint ventures, filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y entidades que puedan afectar significativamente la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	74	Completo	
3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de los informes subyacentes. Motivos para no aplicar, o discrepancias con respecto a los Protocolos de Indicadores GRI.	74	Completo	
3.10	Descripción del efecto que pueda tener la reformulación de información perteneciente a informes anteriores, junto con las razones de dicha reformulación (p.e., fusiones / adquisiciones, cambio en los años/periodos informativos, naturaleza del negocio, o métodos de valoración).	74	Completo	
3.11	Cambios significativos con respecto a periodos anteriores en lo que se refiere a cobertura, alcance o métodos de medición aplicados en el reporte.	74	Completo	
3.12	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en el informe.	76	Completo	
3.13	Política y práctica actual con respecto a la solicitud de verificación externa del informe.	84	Completo	
<b>GOBIERNO, COMPROMISO Y PARTICIPACIÓN</b>				
4.1	Estructura de gobierno de la organización, incluyendo comités bajo la responsabilidad del máximo órgano de gobierno para tareas específicas como definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	61	Completo	
4.2	Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.	61	Completo	
4.3	En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número y el sexo de los miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes y / o no miembros ejecutivos.	61	Completo	
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	61	Completo	
4.5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	14, 61	Completo	



4.6	Procesos implementados para el máximo órgano de gobierno para asegurar evitar conflictos de interés	61	Completo	
4.7	Proceso para determinar la composición, competencias y experiencia de los miembros del máximo órgano de gobierno y sus comités, incluyendo cualquier consideración sobre género y otros indicadores de diversidad.	61	Completo	
4.8	Declaración interna de misión o valores, código de conducta, y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social así como el estatus de su implementación.	18, 63	Completo	
4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	61	Completo	
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño del propio órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, social y ambiental.	14, 61	Completo	
4.11	Explicación sobre cómo es dirigido el principio de precaución dentro de la organización.	14, 61	Completo	
4.12	Cartas, principios u otras iniciativas desarrolladas externamente en temas económicos, ambientales y sociales a las que la organización se ha suscrito o adherido.	24, 42	Completo	
4.13	Participación en asociaciones (tales como asociaciones sectoriales) organizaciones nacionales/internacionales en las que la empresa: *Tiene presencia en el cuerpo de gobierno; *Participa en proyectos o comités; *Proporciona financiamiento importante que excede las aportaciones de los socios o * Tenga consideraciones estratégicas.	73	Completo	
4.14	Lista de grupos de interés de la organización.	65	Completo	
4.15	Bases para la identificación y selección de grupos de interés con los cuales relacionarse.	65	Parcial	Información Confidencial1
4.16	Enfoques para el relacionamiento con grupos de interés, incluyendo frecuencia de relacionamiento por tipo y por grupo de interés.	65	Parcial	
4.17	Principales temas y preocupaciones derivados del relacionamiento con grupos de interés y la forma en que la organización les da respuesta, incluyendo el presente informe.	65	Completo	

## INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN

DMA SC	ENFOQUE DE GESTIÓN SC			
	Protección de recursos naturales.	42-52	Completo	
	Minimizar toxicidad.	42-52	Completo	
	Comercio justo.	10	Completo	
	Compensación justa.	71	Completo	
	Trazabilidad.	10	No reportado	
	Organismos genéticamente modificados (GMOs).	-----	No reportado	No aplica <sup>12</sup>
	Bienestar animal.	-----	No reportado	No aplica <sup>12</sup>
	Biocombustibles.	-----		No aplica <sup>12</sup>
DMA EC	ENFOQUE DE GESTIÓN EC			
	Desempeño económico.	9, 10, 11	Completo	
	Presencia en el mercado.	7, 8	Completo	
	Impacto económico indirecto.	67	Completo	
DMA EN	ENFOQUE DE GESTIÓN EN			
	Materiales.	50	Completo	
	Energía.	48	Completo	
	Agua.	43	Completo	
	Biodiversidad.	43, 46	Completo	
	Emisiones, efluentes y desperdicios.	48	Completo	
	Productos y servicios.	12, 56	Completo	
	Cumplimiento.	43	Completo	
	Transporte.	48	Completo	
	Aspectos generales.	43	Completo	
DMA LA	ENFOQUE DE GESTIÓN LA			
	Empleo.	67	Completo	
	<small>Relación Empresa/Colaborador. COMM</small>	67	Completo	
	Seguridad y salud en el trabajo.	69	Completo	
	Capacitación y educación.	20, 71	Completo	
	Diversidad e igualdad de oportunidades.	67	Completo	
	Remuneración equitativa para hombres y mujeres.	71	Completo	
ASPECTS				



DMA HR		ENFOQUE DE GESTIÓN HR		
ASPECTS	Prácticas de inversión y aprovisionamiento.	67	Completo	
	Anti-discriminación.	64	Completo	
	Libertad de asociación y convenios colectivos.	41	Completo	
	Trabajo infantil.	63	Completo	
	Prevención de trabajo forzado.	41, 64	Completo	
	Prácticas de seguridad.	69	Completo	
	Derechos de los indígenas.	64	Completo	
	Verificación.	64	Completo	
	Remediación.	64	Completo	
DMA SO		ENFOQUE DE GESTIÓN SO		
ASPECTS	Comunidades locales.	24-41	Completo	
	Alimentos saludables y accesibles.	-----	No reportado	No aplica <sup>10</sup>
	Corrupción.		Completo	
	Política pública.	63	Completo	
	Comportamiento anti-competitivo.	10	Completo	
	Cumplimiento.	56	Completo	
DMA PR		ENFOQUE DE GESTIÓN PR		
ASPECTS	Salud y seguridad de los consumidores.	12, 56	Completo	
	Etiquetado de productos y servicios.	13	Completo	
	Mercadotecnia.	13	Completo	
	Privacidad del consumidor.	63	Completo	
	Cumplimiento.	56	Completo	
DMA AW		ENFOQUE SOBRE BIENESTAR ANIMAL AW		
ASPECTS	Cría y genética.	-----	No reportado	No aplica <sup>12</sup>
	Ganadería	-----	No reportado	No aplica <sup>12</sup>
	Transportación, manejo y sacrificio.	-----	Completo	
INDICADORES DE DESEMPEÑO				
EN TODOS LOS ASPECTOS DE ABASTECIMIENTO				
FP1	Porcentaje de volumen comprado a proveedores que cumplen con la política de compras de la empresa.	41	Completo	
FP2	Porcentaje de volumen de compras verificado en consistencia con estándares de producción reconocidos y creíbles internacionalmente, desglosados por nivel.	41	Completo	

## ECONÓMICO

### DESEMPEÑO ECONÓMICO

EC1 COMM	Valor económico directo generado y distribuido incluyendo ingresos, costos operativos, compensación de colaboradores, donativos y otras inversiones en comunidad, ingresos retenidos, pagos a proveedores de capital y gobierno.	10, 11	Completo	
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	48	Parcial	Proprietary information <sup>2</sup>
EC3	Cobertura de las obligaciones del plan de beneficios de la comunidad.	71	Completo	
EC4 COMM	Ayudas financieras significativas recibidas del gobierno.	43	Completo	

### PRESENCIA EN EL MERCADO

EC5	Rango de la relación entre el salario inicial estándar por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	71	Completo	
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	41	Completo	
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	67	Completo	

### IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS

EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	25, 48	Completo	
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	10, 67	Completo	

## AMBIENTAL

### MATERIALES

EN1 COMM	Materiales utilizados por peso y volumen.	50	Completo	
EN2	Porcentaje de materiales utilizados que son materiales reciclados	50	Completo	

### ENERGÍA

EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	48	Parcial	No material <sup>3</sup>
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	48	Completo	
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación ya mejoras en la eficiencia.	48	Completo	



EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios a base de energía eficiente o energía renovable y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	48	Completo	
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas.	48	Completo	
<b>AGUA</b>				
EN8	Gestión total del agua por fuente	-----	No Reportado	Información Confidencial4
EN9	Fuentes de agua afectadas significativamente por la captación de agua.	-----	No Reportado	Información Confidencial4
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	43	Completo	
<b>BIODIVERSIDAD</b>				
EN11 COMM	Ubicación y extensión de suelo o de las aguas en propiedad, arrendados, gestionados, o adyacentes a las áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad fuera de una zona protegida.	-----	No Reportado	Información Confidencial4
EN12	Descripción de los impactos significativos de las actividades, productos y servicios en la biodiversidad en áreas protegidas y en áreas de alto valor de biodiversidad fuera de las áreas protegidas.	43	Completo	
EN13 COMM	Hábitats protegidos o restaurados	43	Completo	
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	43	Completo	
EN15	Número de especies de la Lista Roja de la IUCN con hábitats en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.	43	Completo	
<b>EMISIONES, EFLUENTES Y RESIDUOS</b>				
EN16	Emisiones totales de gases de efecto invernadero directas e indirectas por peso	48	Completo	
EN17	Otras emisiones de gases de efecto invernadero indirecto por peso.	48	Completo	
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	48, 75	Completo	
EN19	Emisiones de sustancias que agotan el ozono por peso.	48	Completo	
EN20	NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso	48	Completo	
EN21	Vertido total de aguas por calidad y destino.	43	Completo	
EN22	Peso total de residuos por tipo y método de tratamiento.	50	Parcial	No aplicable5
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	50	Completo	
EN24	Peso de los residuos transportados, los residuos importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	50	Completo	

EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de la biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de la organización informante de agua y aguas de escorrentía.	43	Completo	
<b>PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>				
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	43, 50	Completo	
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados por categoría.	50	Completo	
<b>CUMPLIMIENTO</b>				
EN28	Costo de las multas significativas y número total de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	43	Completo	
<b>TRANSPORTE</b>				
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	48	Completo	
<b>ASPECTOS GENERALES</b>				
EN30	Total de gastos e inversiones ambientales por tipo.	43	Completo	
<b>PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO</b>				
<b>EMPLEO</b>				
LA1	Trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región, desglosado por género.	67	Completo	
LA2	Número total y tasa de nuevas contrataciones de empleados y rotación de empleados por grupo de edad, sexo y región.	67	Parcial	No Material6
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	71	Completo	
LA15	Tasa de retención y regreso al trabajo tras el permiso parental por género.	-----	No Reportado	Información Confidencial 3
<b>RELACIÓN EMPRESA/TRABAJADORES</b>				
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	67	Completo	
LA5	Periodo mínimo de preaviso(s) para cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	67	Completo	
FP3	Porcentaje del tiempo de trabajo perdido debido a los conflictos laborales, huelgas y / o cierre patronal, según el país.	69	Completo	
<b>SEGURIDAD Y SALUD LABORAL</b>				
LA6	Porcentaje del total de trabajadores representado en comités de salud y seguridad de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	69	Completo	



LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y ausentismo, y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	69	Completo	
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se aplican a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	21, 69	Completo	
LA9	Temas de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	69	Completo	
<b>CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN</b>				
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por sexo y por categoría de empleado.	20	Parcial	No disponible <sup>7</sup>
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y apoyos en la gestión de final de carrera.	20, 71	Parcial	Información Confidencial <sup>8</sup>
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones y desarrollo de carrera revisiones periódicas, por género.	72	Completo	
<b>DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES</b>				
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por categoría de empleado según sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	67	Completo	
<b>IGUALDAD DE REMUNERACIÓN PARA HOMBRES Y MUJERES</b>				
LA14	Relación entre salario base y la remuneración de las mujeres a la de los hombres por categoría profesional, por unidades operativas importantes.	71	Completo	
<b>DERECHOS HUMANOS</b>				
<b>PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO</b>				
HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyen cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis de los derechos humanos.	67	Completo	
HR2	Porcentaje de los proveedores, contratistas y otros socios comerciales que han sido objeto de análisis de los derechos humanos, y medidas adoptadas.	41	Parcial	Información Confidencial <sup>9</sup>
HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	67	Completo	
<b>ANTI-DISCRIMINACIÓN</b>				
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	64	Completo	

LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA				
HR5	Operaciones y proveedores significativos identificados en los que el derecho a ejercer la libertad de asociación y la negociación colectiva podrá ser violadas o correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	41	Completo	
TRABAJO INFANTIL				
HR6	Operaciones y proveedores significativos identificados como de riesgo significativo de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición efectiva del trabajo infantil.	64	Completo	
PREVENCIÓN DE TRABAJO FORZADO Y OBLIGATORIO				
HR7	Operaciones y proveedores significativos identificados como de riesgo significativo de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio.	41, 64	Completo	
PRÁCTICAS DE SEGURIDAD				
HR8	Porcentaje del personal de seguridad formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades de la organización.	67	Completo	
DERECHOS DE LOS INDÍGENAS				
HR9	Número total de incidentes de violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	64	Completo	
EVALUACIÓN				
HR10	Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones en derechos humanos y / o evaluaciones de impacto.	64	Completo	
REMEDIACIÓN				
HR11	Número de quejas relacionadas con los derechos humanos presentadas, tratadas y resueltas mediante mecanismos conciliatorios formales.	64	Completo	
SOCIEDAD				
COMUNIDADES LOCALES				
S01 (FPSS)	Porcentaje de operaciones con la participación de la comunidad local, las evaluaciones de impacto y programas de desarrollo.	24	Completo	
S01 (G3.1)	Porcentaje de operaciones con la participación de la comunidad local, las evaluaciones de impacto y programas de desarrollo.	63	Completo	
S09	Operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.	24	Completo	



S010	Medidas de prevención y mitigación implementadas en operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.	24, 42	Completo	
<b>ALIMENTOS SANOS Y ASEQUIBLES</b>				
FP4	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas (contribuciones en especie, las iniciativas de voluntariado, la transferencia de conocimientos, las asociaciones y el desarrollo de productos) que promueven estilos de vida saludables; la prevención de enfermedades crónicas; acceso a alimentos sanos, nutritivos y asequibles; y la mejora del bienestar de las comunidades necesitadas.	20, 25, 26, 27, 28	Completo	
<b>CORRUPCIÓN</b>				
S02	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	63	Completo	
S03	Percentage of employees trained in organization's anti-corruption policies and procedures.	63	Completo	
S04	Acciones tomadas en respuesta a situaciones de corrupción	63	Completo	
<b>POLÍTICA PÚBLICA</b>				
S05 COMM	Postura ante políticas públicas y participación en el desarrollo de políticas públicas y cabildeo.	63	Completo	
S06	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	63	Completo	
<b>COMPORTAMIENTO ANTI-COMPETITIVO</b>				
S07	Número total de acciones legales por acciones anti-competitivas, prácticas de monopolio y sus resultados.	10, 63	Completo	
<b>COMPLIANCE</b>				
S08	Valor monetario de las multas significativas y número total de sanciones no monetarias por incumplimiento de leyes y regulaciones.	12, 60	Completo	
<b>RESPONSABILIDAD DEL PRODUCTO</b>				
<b>SALUD Y SEGURIDAD DEL CONSUMIDOR</b>				
PR1 COMM	Fases del ciclo de vida en que los impactos de salud y seguridad de los productos y servicios se evalúan para la mejora, y porcentaje de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos.	12	Completo	
PR2 COMM	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a los impactos de salud y seguridad de los productos y servicios durante su ciclo de vida, según el tipo de resultados.	12	Completo	

FP5	Porcentaje del volumen de producción fabricada en sitios certificados por una tercera parte independiente, de acuerdo con normas de sistemas de gestión de seguridad alimentaria reconocidos internacionalmente.	12	Completo	
FP6	Porcentaje del volumen total de ventas de productos de consumo, por categoría de producto, que se redujo en grasa saturada, grasas trans, sodio y azúcares.	12	Completo	
FP7	Porcentaje del volumen total de ventas de productos de consumo, por categorías de productos vendidos, que contienen el aumento de fibra, vitaminas, minerales, fitoquímicos o aditivos alimentarios funcionales.	12	Completo	
<b>ETIQUETADO DE PRODCUTOS Y SERVICIOS</b>				
PR3 COMM	Tipo de producto y la información de servicio requeridos por procedimientos, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos	13	Completo	
FP8	Políticas y prácticas en materia de comunicación a los consumidores acerca de los ingredientes y la información nutricional más allá de los requisitos legales.	13	Completo	
PR4	Número total de incidentes de incumplimiento de reglamentos y códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de productos y servicios, por tipo de resultados.	13	Completo	
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	13, 65	Parcial	No disponible toda la información11
<b>MERCADOTECNIA</b>				
PR6 COMM	Programas de cumplimiento de las leyes, normas y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y los patrocinios.	13	Completo	
PR7	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio por tipo de resultado.	13	Completo	
<b>PRIVACIDAD DEL CONSUMIDOR</b>				
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	13	Completo	
<b>CUMPLIMIENTO</b>				
PR9	Valor monetario de multas significativas derivado del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y uso de productos y servicios.	12, 60	Completo	



## BIENESTAR ANIMAL

### CRÍA Y GENÉTICA

FP9	Porcentaje y total de animales criados y / o procesados, por especie y tipo de raza	-----	No reportado	No aplicable <sup>13</sup>
-----	---	-------	--------------	----------------------------

### GANADERÍA

FP10	Políticas y prácticas, según la especie y el tipo de raza, relacionados con alteraciones físicas y el uso de anestesia.	-----	No reportado	No aplicable <sup>13</sup>
FP11	Porcentaje y total de animales criados y / o procesados, por especie y tipo de raza, según el tipo de vivienda.	-----	No reportado	No aplicable <sup>13</sup>
FP12	Políticas y prácticas en materia de antibióticos, antiinflamatorios, hormonas y / o tratamientos de estimulación del crecimiento, por especie y tipo de raza.	-----	No reportado	No aplicable <sup>13</sup>

### TRANSPORTE, MANIPULACIÓN Y SACRIFICIO

FP13	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de las leyes y reglamentos, así como la adherencia a las normas voluntarias relacionadas con el transporte, la manipulación y las prácticas de sacrificio de los animales terrestres y acuáticos vivos.	-----	No reportado	No aplicable <sup>13</sup>
------	---	-------	--------------	----------------------------

(Notas al pie)

1 No reportamos de forma completa el indicador (ni tenemos intención de reportarlo en el futuro), ya que la información sobre el proceso que seguimos para identificar grupos de interés es confidencial.

2 La información financiera sobre las iniciativas que buscan reducir el cambio climático es confidencial.

3 No reportamos este indicador ni tenemos intención de reportarlo en el futuro), ya que no es material para nuestro negocios porque no reportamos la información en Joules sino en litros de bebidas producida por unidad de energía consumida.

4 EN8, EN9 y EN10: No reportamos de forma completa el indicador (ni tenemos intención de reportarlo en el futuro), ya que la información es confidencial.

5 No reportamos de forma completa el indicador (ni tenemos intención de reportarlo en el futuro), ya que el indicador del GRI no aplica a nuestro negocio porque utilizamos el reciclaje como nuestro único método para el manejo de residuos.

6 No reportamos este indicador (ni tenemos intención de reportarlo en el futuro), ya que no es material para nuestro negocios porque es información demasiado específica y no tiene un impacto significativo en nuestra operación.

7 No reportamos el indicador todavía ya que no hemos sido capaces de consolidar la información de capacitación dividida por género y nivel de empleado pero lo estaremos reportando para el 2015.

8 LA11 y LA15: No reportamos de forma completa el indicador (ni tenemos intención de reportarlo en el futuro), ya que la información es confidencial.

9 No reportamos el porcentaje de contratos con proveedores rechazados (ni tenemos intención de reportarlo en el futuro) ya que la información es confidencial.

10 No reportamos de forma completa el indicador (ni tenemos intención de reportarlo en el futuro), ya que el indicador del GRI no aplica a nuestro negocio porque no trabajamos con alimentos.

11 No reportamos los resultados de las encuestas de satisfacción a consumidores todavía ya que no hemos sido capaces de consolidar la información de todas las operaciones pero lo estaremos reportando para el 2015.

12 No reportamos el indicador (ni tenemos intención de reportarlo en el futuro), ya que el indicador del GRI no aplica a nuestro negocio porque no trabajamos con organismos modificados genéticamente, ni con amínoles o biocombustibles.

13 No reportamos el indicador (ni tenemos intención de reportarlo en el futuro), ya que el indicador del GRI no aplica a nuestro negocio porque no trabajamos con genética o animales.





**KPMG Cárdenas Rosal**  
Boulevard Manuel Ávila Camacho 176  
Col. Reforma Social  
11650 México, D.F.

Teléfono: + 01 (55) 52 46 83 00  
Fax: + 01 (55) 55 96 80 60  
kpmg.com.mx

## Carta de Verificación

A los lectores de este Informe

### Introducción

Hemos realizado una revisión de la información no financiera contenida en el Informe de Sostenibilidad 2013 de Coca Cola FEMSA, S.A.B. de C.V. (en adelante Coca Cola FEMSA) por el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2013 (en adelante "el Informe"). La información revisada se circunscribe a los asuntos relacionados en la sección denominada "Anexo Complementario de Indicadores GRI" del Informe. Desde la responsabilidad de elaboración, incluida la decisión sobre los asuntos que trata, es responsabilidad de Coca Cola FEMSA.

En cuanto a la información financiera incluida en dicho Informe, nuestra labor se ha limitado a comprobar que proviene de las cuentas anuales de Coca Cola FEMSA, que han sido auditadas por terceros independientes.

### Alcance

En el Informe se describen los esfuerzos y avances realizados por Coca Cola FEMSA en la consecución de un desarrollo sostenible y socialmente responsable. Nuestra responsabilidad está limitada a la revisión de 30 perfiles/indicadores del mencionado informe, conforme se listan en la presente carta, así como comprobar la aplicación de la norma AA1000 Assurance Standard 2008 (AA1000AS (2008)) Tipo 2 y de la Guía de Global Reporting Initiative Versión 3 (GRI G3.1). En estos mencionados de acuerdo al nivel de auto-declaración de la empresa y un nivel de aseguramiento limitado conforme a la norma ISAE 3000, el cual es consistente con el nivel mediano de la norma AA1000AS (2008).

Nuestra revisión consistió:

- Que los datos cuantitativos reportados surjan de fuentes fiables.
- Que la información de carácter cualitativo que figura en el mismo se encuentre adecuadamente sustentada por documentación interna o de terceros.
- La aplicación de la Norma AA1000AS (2008) Tipo 2 y de la Guía de GRI G3.1 para el nivel de aplicación A).

### Criterios para realizar la revisión

Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con la norma International Standard for Assurance Engagements (ISAE 3000), desarrollada por the International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB). Entre otras cuestiones, esta norma requiere que:

- El equipo que realiza el trabajo posea conocimientos específicos, habilidades y competencias profesionales necesarias para entender y revisar la información incluida en el Informe y que los miembros del mismo cumplan los requerimientos del Código de Ética Profesional de la Federación Internacional de Expertos Contables (IFAC) para asegurar su independencia.
- Cuando se provea de un aseguramiento limitado de la información, que es de un nivel de profundidad menor que el aseguramiento razonable, se utilice una conclusión limitada al trabajo realizado.

En nuestra revisión se han seguido los Principios y Criterios de verificación de la información incluidos en la norma AA1000AS (2008) Tipo 2, que incluye la evaluación de la naturaleza y alcance de cumplimiento en cuanto a Principios de Accountability así como la fiabilidad de la información específica incluida en el Informe y confirmar se establece en la presente carta. Asimismo se siguió la Guía GRI G3.1 por ser la utilizada por Coca Cola FEMSA y cuya entendimiento y aplicación se encuentra descrito en el apartado denominado "Anexo Complementario de Indicadores GRI" del Informe.

### Trabajo realizado

a) Verificación de datos cuantitativos y otra información de carácter cualitativo contenida en el Informe

Hemos revisado, de acuerdo con el alcance descrito y basándonos en las siguientes actividades, la información cuantitativa y cualitativa del Informe de Sostenibilidad 2013 de Coca Cola FEMSA:

- Entrevistas con los proveedores de información incluida en el Informe.
- Identificación de los sistemas utilizados para generar, agregar y facilitar los datos.

- Análisis del alcance y presentación de la información que se ofrece.
- Revisión de la consolidación de datos realizada a nivel corporativo mediante muestros y recálculos.
- Revisión del soporte de la información cualitativa, buscando que el mismo este razonablemente sustentado por documentos internos o de terceros.
- Revisión por muestreo de la información correspondiente a 30 perfiles/indicadores GRI, generados en Coposativo de Coca Cola FEMSA y Planta de Producción Tehuaca. Desde la lista de perfiles/indicadores GRI revisados, es como sigue:
  - ✓ Perfil de la organización (2): 4.5 y 4.16.
  - ✓ Indicadores de desarrollo económico (1): ECR.
  - ✓ Indicadores de desarrollo ambiental (18): EN2, EN3, EN7, EN10, EN12, EN16, EN18, EN20, EN22 y EN29.
  - ✓ Indicadores de desarrollo social (17): LA1, LA2, LA5 al LA9, HR4, HR8, HR11, SO4, SO8, PR1, PR2 y PR3.
  - ✓ Indicadores de suministro sectorial - Procesamiento de Alimentos (2): FP2 y FP9.
- Revisión por muestreo de la información generada por la organización y presentada a nivel consolidado por planta de producción y/o por país, en aspectos y datos considerados materiales por parte de Coca Cola FEMSA.

b) Revisión del alineamiento de los Principios y Criterios para la definición del contenido del Informe y su alcance según AA1000AS (2008) y la Guía GRI G3.1

Se han revisado documentalmente los Principios y Criterios utilizados para definir los contenidos del Informe, de conformidad con el alcance descrito. Donde dicho contenido consideró las necesidades planteadas por sus grupos de interés.

Los Criterios de presentación de la citada información en cuanto a alcance, incluyendo las eventuales limitaciones al mismo, importancia, métodos de integración y agregación de los datos de Coca Cola FEMSA, se hallan descritos de manera general en el apartado "Anexo Complementario de Indicadores GRI" del Informe.

### Conclusiones

Con base en los trabajos descritos anteriormente, y el alcance específico de nuestra revisión confirmo la empresa la presente carta, no hemos observado circunstancias que nos indiquen que los datos recopilados en el Informe no hayan sido obtenidos de manera fiable, que la información no está presentada de manera adecuada, ni que existan desviaciones ni omisiones significativas.

Adicionalmente, y en cuanto a la aplicación por parte de Coca Cola FEMSA de los Principios definidos por AA1000AS (2008) - Inclusionidad, Relevancia y Capacidad de Respuesta - se concluye que los procesos usados para identificar grupos de interés, entender sus necesidades y seleccionar contenidos para incluir en el Informe, se describen de manera general en los apartados denominados "Estrategia de Sostenibilidad" y "Grupos de Interés".

Adicionalmente, se sugiere a Coca Cola FEMSA considerar las observaciones señaladas en nuestra carta de Oportunidades de Mejora, para la elaboración de posteriores Informes de Sostenibilidad. Dentro de las principales recomendaciones se encuentran:

- Estandarizar a través de los diversos planes de producción, formatos y unidades de registro, en los temas ambientales y sociales que correspondan.
- Incrementar la definición interna del uso y valor del Informe antes, durante y después de su generación, para potencializarlo como una herramienta de gestión y no solo de reportes.

KPMG Cárdenas Rosal, S.C.

Jesús González Anselmi  
México, D.F. a 24 de Marzo de 2014.

# Carta de Verificación



## Declaración de Control del Nivel de Aplicación de GRI

Por la presente GRI declara que **Coca-Cola FEMSA** ha presentado su memoria "Informe de Sostenibilidad 2013" a los Servicios de GRI quienes han concluido que la memoria cumple con los requisitos del Nivel de Aplicación A+.

Los Niveles de Aplicación de GRI expresan la medida en que se ha empleado el contenido de la Guía G3.1 en la elaboración de la memoria de sostenibilidad presentada. El Control confirma que la memoria ha presentado el conjunto y el número de contenidos que se exigen para dicho Nivel de Aplicación y que en el Índice de Contenidos de GRI figura una representación válida de los contenidos exigidos, de conformidad con lo que describe la Guía G3.1 de GRI. Para conocer más sobre la metodología: [www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf](http://www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf)

Los Niveles de Aplicación no manifiestan opinión alguna sobre el desempeño de sostenibilidad de la organización que ha realizado la memoria ni sobre la calidad de su información.

Amsterdam, 17 de abril 2014

Ásthildur Hjaltadóttir  
Director de Servicios  
Global Reporting Initiative



Se ha añadido el signo "+" al Nivel de Aplicación porque Coca-Cola FEMSA ha solicitado la verificación externa de (parte de) su memoria. GRI acepta el buen juicio de la organización que ha elaborado la memoria en la elección de la entidad verificadora y en la decisión acerca del alcance de la verificación.

*Global Reporting Initiative (GRI) es una organización que trabaja en red, y que ha promovido el desarrollo del marco para la elaboración de memorias de sostenibilidad más utilizado en el mundo y sigue mejorándola y promoviendo su aplicación a escala mundial. La Guía de GRI estableció los principios e indicadores que pueden emplear las organizaciones para medir y dar razón de su desempeño económico, medioambiental y social. [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)*

**Descargo de responsabilidad:** En los casos en los que la memoria de sostenibilidad en cuestión contenga enlaces externos, incluidos los que remiten a material audiovisual, el presente certificado sólo es aplicable al material presentado a GRI en el momento del Control, en fecha 13 de febrero 2014. GRI excluye explícitamente la aplicación de este certificado a cualquier cambio introducido posteriormente en dicho material.

# Certificado GRI

# DATOS DE CONTACTO

## Asuntos Corporativos Coca-Cola FEMSA

sostenibilidad@kof.com.mx

Juan Carlos Cortés Trejo

juancarlos.cortes@kof.com.mx

Mariana Contreras Muñoz

mariana.contreras@kof.com.mx

### Ligas de interés:

[www.coca-colafemsa.com](http://www.coca-colafemsa.com)

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

[www.fundacionfemsa.com.mx](http://www.fundacionfemsa.com.mx)

[www.coca-colacompany.com/topics/sustainability](http://www.coca-colacompany.com/topics/sustainability)

### Estilos de Vida Saludable:

<http://www.coca-colacompany.com/sustainabilityreport/me/active-healthy-living.html#section-the-global-problem-of-obesity>

### Etiquetado e Información Nutricional:

<http://www.coca-colacompany.com/brands/nutrition-labels>

### Mercadotecnia Responsable:

<http://www.coca-colacompany.com/sustainabilityreport/me/responsible-marketing.html>

### Relación con Proveedores:

<http://www.coca-colacompany.com/our-company/supplier-guiding-principles>

### Derechos en el lugar de trabajo:

<http://www.coca-colacompany.com/our-company/human-workplace-rights>

### Reporte de Sostenibilidad 2012-2013 de *The Coca-Cola Company*

<http://assets.coca-colacompany.com/44/d4/e4eb8b6f4682804bdf6ba2ca89b8/2012-2013-gri-report.pdf>

### Reporte de Sostenibilidad 2013 de FEMSA

<http://www.informesostenibilidad.femsa.com/>



[www.coca-colafemsa.com](http://www.coca-colafemsa.com)

Mario Pani #100 Piso 7

Col. Santa Fe Cuajimalpa

Delegación Cuajimalpa

México, D.F. 05348

Teléfono: **+52.55.15195000**