

EXCELENCIA EN

EVO  
LUCIÓN

COCA-COLA FEMSA

INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2015

# 2015 en NÚMEROS

## Contenido

- 2 **MENSAJE DE LA DIRECCIÓN GENERAL**
- 4 **NUESTRA EMPRESA**
  - Cadena de Valor
  - Información Operativa
  - Nuestros Productos
  - Desempeño Económico
  - Estrategia de Negocio y de Sostenibilidad
- 22 **NUESTRA GENTE**
  - Cultura y Valores
  - Desarrollo Integral
  - Capacitación y Desarrollo
- 36 **NUESTRA COMUNIDAD**
  - Estilos de Vida Saludable
  - Desarrollo Comunitario
  - Abastecimiento Sostenible
- 50 **NUESTRO PLANETA**
  - Agua
  - Residuos y Reciclaje
  - Energía
- 62 **GOBIERNO CORPORATIVO**
- 69 **ACERCA DE NUESTRO INFORME**
- 71 **ÍNDICE GRI G4**
- 78 **VERIFICACIÓN EXTERNA**
  - Datos de Contacto



**14 DE NUESTRAS PLANTAS OPERAN CON LA INICIATIVA CERO RESIDUOS**

MÁS DE **550 MIL** PERSONAS HAN SIDO BENEFICIADAS CON NUESTROS PROGRAMAS SOCIALES



INVERTIMOS **USD \$10.2 MILLONES EN CAPACITACIÓN INTEGRAL PARA NUESTROS COLABORADORES**



DE LA ENERGÍA ELÉCTRICA QUE UTILIZAMOS EN MÉXICO, **30% PROVIENE DE FUENTES RENOVABLES**



ACTIVAMOS A **6.1 MILLONES** DE PERSONAS A TRAVÉS DE CARRERAS Y OTROS EVENTOS





**RECICLAMOS 94%**  
DE LOS RESIDUOS  
GENERADOS



CREAMOS  
**MÁS DE 100  
MIL EMPLEOS  
DIRECTOS Y  
1 MILLÓN 900 MIL  
INDIRECTOS**  
A LO LARGO DE  
NUESTRA CADENA  
DE VALOR



NUESTRO PORTAFOLIO INCLUYE  
**113 MARCAS** EN  
**10 CATEGORIAS**



INVERTIMOS MÁS DE  
**USD \$7.7** MILLONES  
EN CONTRIBUCIONES  
A LA COMUNIDAD



**MÁS DEL 100%**  
DEL AGUA QUE UTILIZAMOS  
EN MÉXICO Y BRASIL PARA  
PRODUCIR NUESTRAS BEBIDAS SE  
REGRESA AL MEDIO AMBIENTE

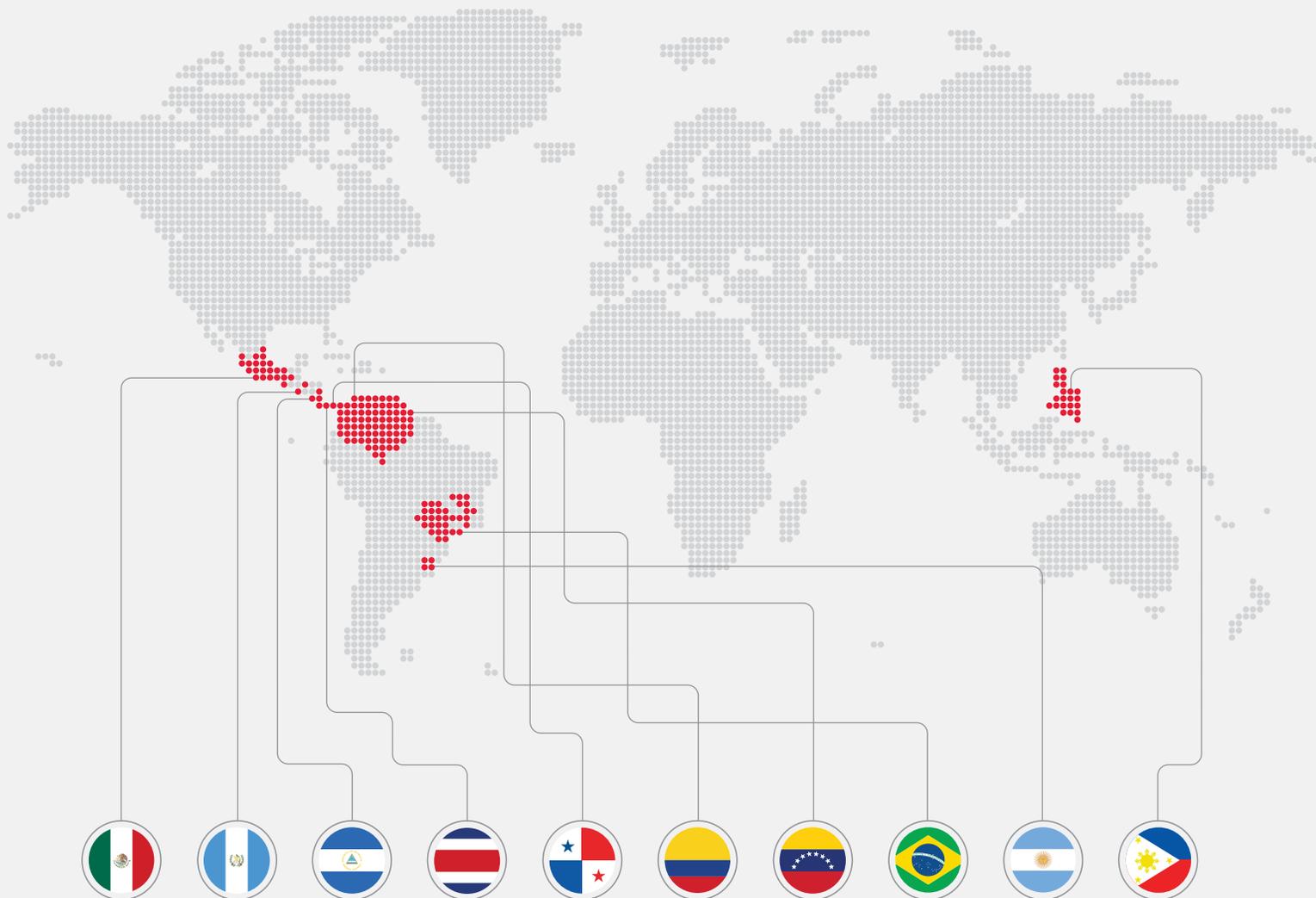


**88% DE NUESTROS  
PROVEEDORES** EN MÉXICO  
PERTENECEN AL SECTOR  
ECONÓMICO PYME

# PRESENCIA

SER EL EMBOTELLADOR MÁS GRANDE DE PRODUCTOS COCA-COLA EN EL MUNDO NOS LLENA DE ORGULLO Y COMPROMISO PARA SEGUIR MEJORANDO. HASTA HOY, LA EXCELENCIA HA CARACTERIZADO NUESTRA EVOLUCIÓN, Y LOS RESULTADOS OBTENIDOS NOS CONFIRMAN QUE ESTAMOS AVANZANDO EN LA DIRECCIÓN CORRECTA.

ARGENTINA • BRASIL • COLOMBIA • COSTA RICA • FILIPINAS •  
GUATEMALA • MÉXICO • NICARAGUA • PANAMÁ • VENEZUELA



## Operamos gracias a una **sólida** infraestructura



1 Incluye las operaciones en Filipinas

2 Incluye vehículos de terceros en distribución primaria

3 Incluye negocios conjuntos

# Mensaje del Director GENERAL EJECUTIVO



En Coca-Cola FEMSA tuvimos en 2015 un año con múltiples retos de negocio derivados de los complejos entornos económicos y sociales de los 10 países donde tenemos operaciones. A pesar de ello logramos crecer y obtener resultados positivos en nuestro negocio a través de la innovación constante y la excelencia operativa.

Este año continuamos con nuestra evolución hacia una organización más ágil y flexible fortaleciendo nuestras capacidades a través de la creación de los Centros de Excelencia de Manufactura, Comercial, Logística y Tecnologías de la Información, que nos permiten capturar oportunidades de crecimiento rentable y servir diariamente con excelencia a nuestros 2.8 millones de clientes y 358 millones de consumidores a nivel global con un amplio portafolio de bebidas.

En línea con nuestro objetivo de ser líderes multi-categoría en la industria de bebidas, integramos la sostenibilidad como uno de nuestros pilares, que en suma con la integración de un portafolio de bebidas ganador, la transformación de nuestro modelo operativo y la evolución de nuestra cultura corporativa, conforman nuestro renovado Marco Estratégico de Negocio.

A través de este Informe de Sostenibilidad integramos y reconocemos los principales resultados que durante 2015 logramos, gracias a la suma de esfuerzos con nuestros aliados, y en coordinación con nuestros socios FEMSA y *The Coca-Cola Company*. Este año logramos duplicar las horas de voluntariado ofrecidas por nuestros colaboradores a la comunidad llegando a más de 105 mil horas. También, en los últimos cinco años hemos beneficiado a más de 2.5 millones de personas a través de nuestras iniciativas de Estilos de Vida Saludable. Además, logramos avanzar en nuestro compromiso de regresar a las comunidades y a la naturaleza el agua empleada para la producción de bebidas, al reabastecer más del 100% del agua utilizada en México y Brasil, mientras mejoramos nuestra eficiencia en el uso de este recurso en un 10% a nivel global comparado con el año 2010.

Nuestro foco en la generación de valor para todos nuestros grupos de interés nos ha permitido obtener sólidos resultados de negocio, así como reconocimientos en materia de sostenibilidad. Por quinto año consecutivo formamos parte del IPC Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores, por tercer año consecutivo formamos parte del Índice de Mercados Emergentes del *Dow Jones Sustainability Index*, al mismo tiempo que fuimos la única empresa mexicana reconocida en el Anuario de Sostenibilidad 2015 de RobecoSAM, organismo que también nos reconoció como *Industry Mover 2015*.

Agradezco el interés por conocer más sobre la generación de valor de Coca-Cola FEMSA a través de la lectura de este informe, y extendiendo un sincero reconocimiento a todos nuestros colaboradores, quienes con su excelente desempeño, hacen posible estos resultados que son una muestra de la transformación positiva que buscamos alcanzar en nuestras comunidades.

**John Santa María Otazua**  
Director General Ejecutivo



# Mensaje del Director de ASUNTOS CORPORATIVOS



En Coca-Cola FEMSA definimos la sostenibilidad como la generación continua y simultánea de valor económico social y ambiental, y la integramos como una constante dentro de nuestra compañía como un pilar del Marco Estratégico que guía las decisiones del negocio para obtener un crecimiento rentable en el largo plazo.

La Estrategia de Sostenibilidad de Coca-Cola FEMSA está basada en tres grandes ejes: Nuestra Gente, Nuestra Comunidad y Nuestro Planeta, sustentados en la Ética y Valores que nos caracterizan y con la visión de transformar positivamente nuestras comunidades.

Dada la complejidad social de los países donde operamos dentro de América Latina y el Sureste Asiático, este año hemos dado continuidad al enfoque de orientar nuestras iniciativas a la mitigación de riesgos y generación de valor en temas materiales para nuestro negocio, entre los cuales destaca el cuidado del agua y la promoción de estilos de vida activa y saludable logrando resultados positivos en todos los ejes y áreas de acción de nuestra estrategia.

A través del eje de Nuestra Gente buscamos promover el desarrollo integral de nuestros colaboradores y por ello en 2015 invertimos más de USD \$39 millones en promover bienestar, salud y capacitación de todos los que conforman nuestro equipo, ya que sabemos que cada uno de los más de 100 mil colaboradores, son pieza clave y esencial para afrontar los retos y el crecimiento de nuestro negocio.

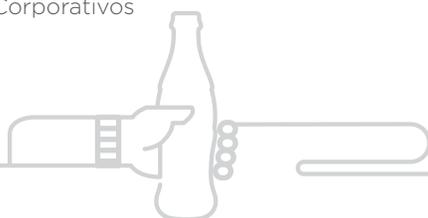
En el eje de Nuestra Comunidad orientamos nuestros esfuerzos a contribuir a la generación de comunidades sostenibles y llevamos a cabo programas e iniciativas para fomentar un estilo de vida saludable, el desarrollo comunitario, y el cuidado del medio ambiente, beneficiando a más de 550 mil personas con una inversión superior a USD \$7.7 millones en 2015.

Por otra parte, estamos comprometidos con Nuestro Planeta, por eso invertimos USD \$21.3 millones en iniciativas para mitigar el impacto ambiental de nuestras operaciones, con un enfoque al uso eficiente y cuidado del agua, la reducción del consumo de energía y la disminución de emisiones de gases de efecto invernadero, así como en la optimización de nuestros procesos para disminuir los residuos generados y promover el reciclaje. En 2015 logramos reducir nuestro consumo absoluto de agua en 4% contra 2010, aumentar nuestra eficiencia energética en 14%, e incorporar 14.6% de material reciclado y/o renovable en todos nuestros empaques de PET.

Los avances y resultados que presentamos a lo largo de este Informe de Sostenibilidad 2015, confirman que estamos avanzando en la dirección correcta al cumplimiento de nuestras Metas 2020 para con ello contribuir a los objetivos de nuestro negocio.

Agradezco el interés por conocer más sobre cómo en Coca-Cola FEMSA trabajamos por cumplir con nuestros objetivos mientras que evolucionamos nuestras prácticas de sostenibilidad para continuar siendo líderes globales en la industria de bebidas, siempre con una visión de generación de valor económico, social y ambiental para todos nuestros grupos de interés.

**Francisco Suárez Hernández**  
Director Asuntos Corporativos



# Nuestra EMPRESA



**EMBOTELLADO**

En nuestras 63 plantas llevamos a cabo acciones para producir las bebidas de alta calidad que comercializamos. Ahí las empacamos y etiquetamos para ofrecerlas al mercado.

**DISTRIBUCIÓN PRIMARIA**

Transportamos nuestros productos a los centros de distribución.

**CENTRO DE DISTRIBUCIÓN**

Aquí se organizan los procesos de preventa y distribución secundaria a nuestros 2.8 millones de puntos de venta.

**PREVENTA**

La gran fuerza de ventas con la que contamos es la encargada de dar servicio a los clientes.

**DISTRIBUCIÓN SECUNDARIA**

Una vez realizado el pedido, las rutas de reparto se encargan de distribuir las bebidas a los puntos de venta.

**PUNTO DE VENTA**

Los clientes se encargan de vender nuestras bebidas a cada uno de los consumidores.

**CONSUMO**

Más de 358 millones de personas que adquieren una bebida la disfrutan y se hidratan.

**RECICLADO**

Como parte de la responsabilidad con nuestras comunidades, generamos procesos para recolectar, reciclar y recuperar los residuos generados por nuestros empaques.

A lo largo de **nuestra cadena de valor creamos más de 100 mil empleos directos y 1 millón 900 mil indirectos.**<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Se estima que por cada empleo generado en el Sistema Coca-Cola en México se generan 19.23 empleos indirectos a lo largo de la economía nacional.



Somos una empresa que produce y distribuye más de **113 marcas de bebidas de The Coca-Cola Company. Coca-Cola FEMSA es una empresa mexicana con operaciones en 10 países de Latinoamérica y Asia**, en donde, gracias al trabajo constante de nuestros colaboradores hemos logrado ser la **embotelladora de productos Coca-Cola más grande del mundo.**

# Información OPERATIVA

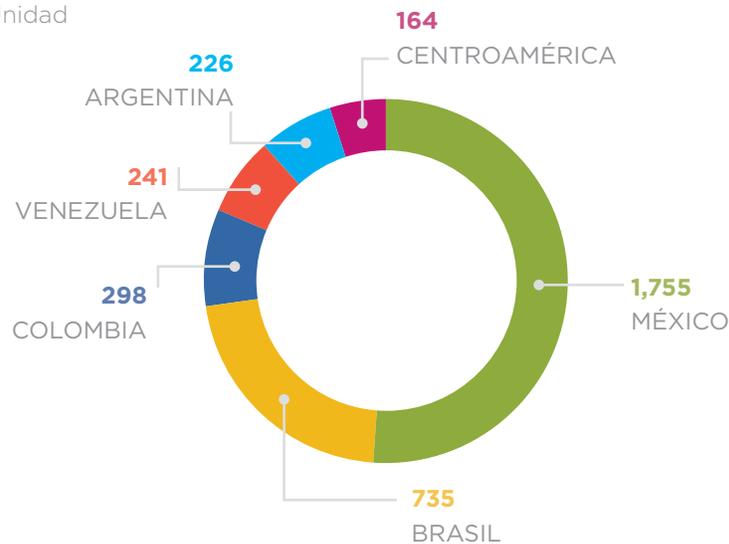
	POBLACIÓN ATENDIDA (MILLONES)	PUNTOS DE VENTA	PLANTAS	CENTROS DE DISTRIBUCIÓN
Argentina	12.2	51,325	2	4
Brasil	72.1	332,142	9	38
Centroamérica	21.9	113,400	5	31
Colombia	46.7	446,236	7	25
Filipinas	101.8	806,369	19	53
México	71.9	853,373	17	143
Venezuela	31.0	176,503	4	33
<b>Total</b>	<b>358</b>	<b>2,779,348</b>	<b>63</b>	<b>327</b>

	CARBONATADOS	AGUA <sup>1</sup>	GARRAFÓN <sup>2</sup>	NO CARBONATADOS
Argentina	83.4%	9.6%	1.0%	6.0%
Brasil	87.8%	6.4%	0.9%	5.0%
Centroamérica	82.3%	5.9%	0.3%	11.5%
Colombia	71.3%	8.7%	8.5%	11.5%
México	72.2%	6.2%	15.4%	5.2%
Venezuela	86.2%	6.1%	0.7%	7.0%

1 Excluye agua embotellada en presentaciones iguales o mayores a 5.0 L. Incluye agua saborizada.  
2 Agua embotellada en presentaciones iguales o mayores a 5.0 L. Incluye agua saborizada.

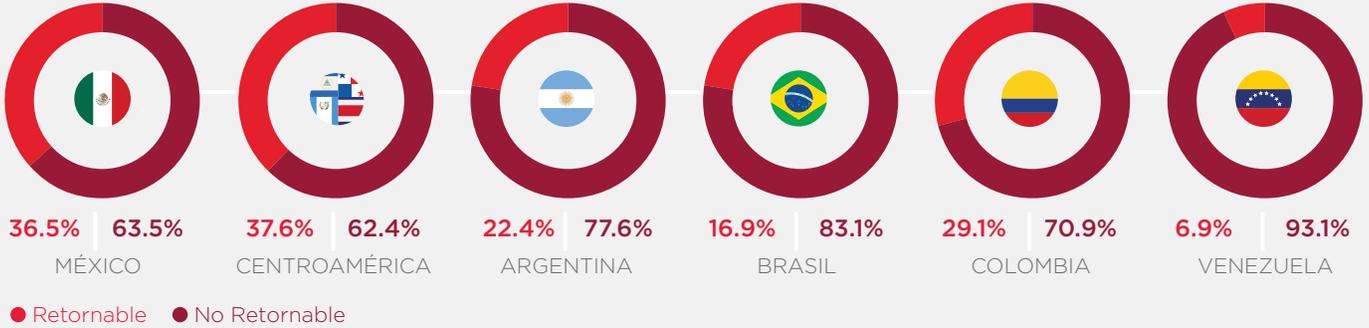
## VOLUMEN TOTAL

Millones de Cajas Unidad



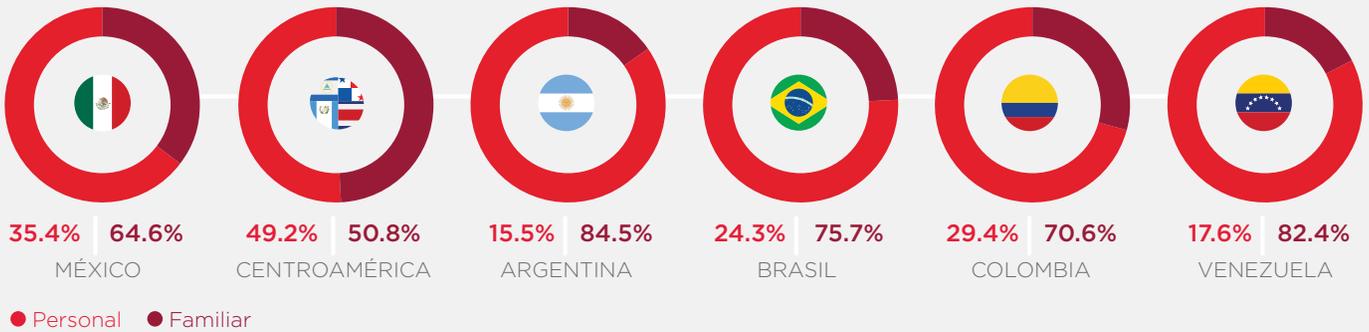
## MEZCLA POR EMPAQUE

Carbonatados



## MEZCLA POR TAMAÑO

Carbonatados



CARBONATADOS

2,680.4  
MILLONES DE CAJAS  
UNIDAD

0.5%

CRECIMIENTO VS. 2014



AGUA Y GARRAFÓN

540.8  
MILLONES DE CAJAS  
UNIDAD

-0.8%

CRECIMIENTO VS. 2014



NO CARBONATADOS

214.3  
MILLONES DE CAJAS  
UNIDAD

4.9%

CRECIMIENTO VS. 2014

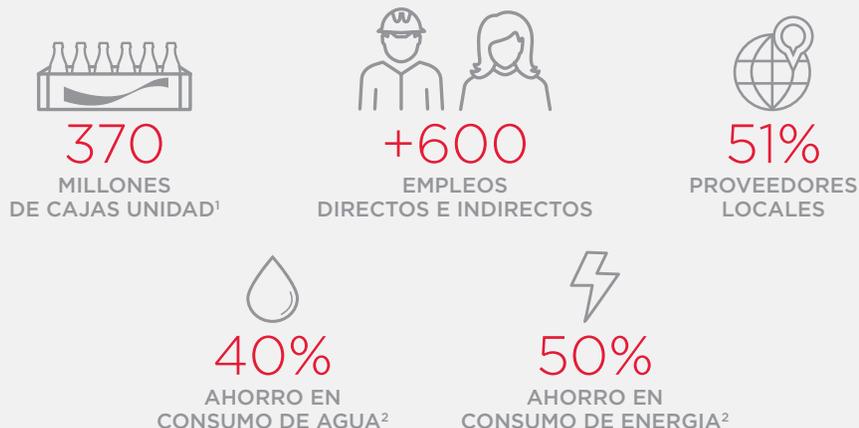
## Nuestras nuevas plantas

Como parte de la evolución de nuestra empresa, en 2015 continuamos creciendo al inaugurar las plantas de Itabirito en Brasil, y Tocancipá en Colombia. Ambos proyectos recibieron una inversión superior a los USD \$500 millones que nos permitirán mantener el excelente servicio a 119 millones de consumidores.

Ambas plantas fueron construidas bajo los estándares LEED (*Leadership in Energy and Environmental Design*) y son punto de referencia en temas de sostenibilidad para el Sistema Coca-Cola a nivel mundial, ya que en ellas se ha implementado tecnología para hacer uso más eficiente de la energía, el agua y optimizar el manejo de residuos.

### PLANTA ITABIRITO

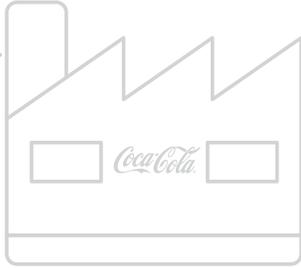
Itabirito es hasta el momento la planta con tecnología verde más moderna de nuestra cadena de producción. En su construcción se utilizaron 70% de residuos reciclados, y ha marcado un nuevo nivel de eficiencia y productividad mediante la optimización de procesos industriales, que ayudarán a que por cada 1.4 litros de agua que ingresen al proceso, un litro se convierta en producto.



<sup>1</sup> Capacidad de producción anual aproximada

<sup>2</sup> Ahorro en procesos de producción





En 2015 continuamos creciendo al inaugurar las plantas de **Itabirito** en Brasil, y **Tocancipá** en Colombia.

### PLANTA TOCANCIPÁ

Por su parte, la planta de Tocancipá es considerada la más moderna en producción de bebidas no alcohólicas de América Latina. Fue planeada implementando más de 110 innovaciones en obra civil, tecnología, y sistemas de control y gestión.

Desde que inició el proyecto se han realizado programas sociales y ambientales en beneficio de la comunidad de Tocancipá.



<sup>1</sup> Capacidad de producción anual aproximada



# Nuestros PRODUCTOS



Coca-Cola



**Conmemoramos 100 años de la botella que distingue al producto que nos dio origen:**

la marca más reconocida en el mundo con 130 años en el mercado.



Jugos, néctares y bebidas a base de jugo



Té



Café



Bebidas energéticas



El portafolio de productos de Coca-Cola FEMSA está compuesto por marcas de bebidas de *The Coca-Cola Company* con las que buscamos satisfacer las necesidades de nuestros clientes y consumidores para cada ocasión de consumo y estilo de vida.

## NUESTRO PORTAFOLIO INCLUYE:

- **113** marcas líderes
- **1,461** presentaciones<sup>1</sup>
- **40%** de nuestro portafolio de marcas es de bebidas bajas o sin calorías
- **26%** de nuestro portafolio de marcas cuenta con vitaminas, fibras, minerales o suplementos nutricionales

Bebidas carbonatadas



Aguas naturales y saborizadas



Isotónicos



Bebidas vitaminadas



Lácteos



<sup>1</sup> Incluye todos los SKU's (Stock-Keeping Unit) de la Compañía.

## Mercadotecnia RESPONSABLE

Queremos que nuestros consumidores estén bien informados, por ello, ponemos a su disposición los datos necesarios sobre el contenido de las bebidas, lo que los ayuda a elegir la mejor opción para hidratarse de acuerdo con su estilo de vida, calculada sobre una base para una dieta diaria de 2 mil calorías según las Guías Diarias de Alimentación (GDA).



La responsabilidad con la sociedad es parte de la excelencia que nos caracteriza, es por ello que nuestra comunicación dirigida a niños y jóvenes se elabora conforme a las políticas de Mercadotecnia Responsable y de venta en centros educativos (*Global School Beverage Guidelines*) de *The Coca-Cola Company*. Estas políticas establecen nuestro compromiso y respeto a la educación, por lo que no realizamos publicidad en medios, incluido Internet, cuya audiencia directa son niños menores de 12 años, en aulas de clase, ni vendemos productos en escuelas de educación básica. Como parte de nuestro interés en promover el sano esparcimiento de los niños, contamos con programas continuos de activación física.

Para asegurar el cumplimiento a nuestra política, constantemente monitoreamos y medimos su adhesión en los mercados a los que servimos.

De igual forma, en México seguimos las recomendaciones hechas por organismos de regulación publicitaria como el Código para la Autorregulación de Publicidad de Alimentos y Bebidas no Alcohólicas dirigida al Público Infantil en México (Código PABI).

Para conocer las guías de Mercadotecnia Responsables, consultar:  
<http://www.coca-colacompany.com/stories/responsible-marketing-policy/>

Ampliamos las presentaciones personales de nuestras marcas integrando empaques con porciones más pequeñas, como las latas de **235 ml** y **237 ml**.



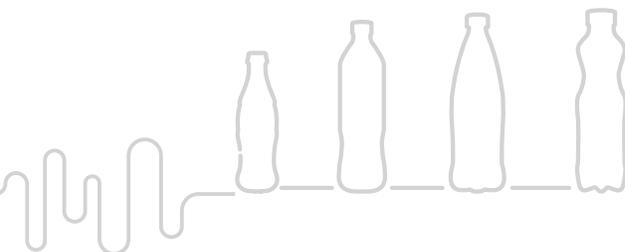


## Satisfacción del cliente

Nos aseguramos de mantener vías de comunicación bidireccionales con nuestros clientes y consumidores. Para ello ponemos a su disposición líneas de atención a clientes 01-800 que se indican en nuestros empaques y en la página web; asimismo realizamos estudios e investigaciones de mercado para conocer sus inquietudes y necesidades.

Periódicamente evaluamos mercados consultando a nuestros clientes para conocer su satisfacción sobre los servicios que les brindamos. En México realizamos un estudio con más de 8 mil encuestas, el cual contó con una fase cualitativa en donde se realizaron entrevistas personales y sesiones de grupo, y una fase cuantitativa que se llevó a cabo mediante entrevistas personales, obteniendo una puntuación global de 82.1% en el nivel de satisfacción. El objetivo principal es conocer las variables que los vendedores de productos al consumidor final consideran esenciales en el servicio al cliente, así como las áreas de oportunidad que perciben en este aspecto. La información generada en la consulta fue uno de los insumos utilizados para desarrollar planes de mejora adecuados a cada territorio.

Nuestros procesos de manufactura se alinean a los Requerimientos Operativos de Coca-Cola (*KORE* por sus siglas en inglés), que nos permiten mantener los más altos estándares de calidad en todas nuestras bebidas, y al Sistema de Gestión de Inocuidad Alimentaria, garantizando la calidad a lo largo de toda la cadena productiva, donde el 100% de nuestras plantas están integradas al *Food Safety System Certification 22000* (FSSC 22000), fundación que certifica sistemas de seguridad alimentaria.



# Desempeño ECONÓMICO

Consolidarnos como la franquicia más grande de *The Coca-Cola Company* a nivel global es la mejor referencia de que los resultados económicos de nuestra compañía son positivos.

Sabemos que la rentabilidad y la generación de valor son aspectos de suma importancia para continuar con nuestra evolución de negocio hacia la excelencia, así como para nuestros inversionistas.

Tenemos claro que para lograr el liderazgo a nivel global es necesario:

Desarrollar nuestro  
portafolio

Transformar nuestros  
modelos operativos

Llevar a cabo una  
evolución cultural

	(US\$) 2015 <sup>1</sup>	(Ps.) 2015	(Ps.) 2014	% CAMBIO
Volumen de Ventas (millones de cajas unidad)	3,435.6	3,435.6	3,417.3	0.5%
Transacciones (millones de transacciones)	20,279.6	20,279.6	20,131.1	0.7%
Ingresos Totales	8,861	152,360	147,298	3.4%
Utilidad de Operación	1,317	22,645	20,743	9.2%
Utilidad Neta de la Participación Controladora	595	10,235	10,542	-2.9%
Activos Totales	12,227	210,249	212,366	-1.0%
Deuda Largo Plazo y Documentos por Pagar	3,679	63,260	64,821	-2.4%
Participación Controladora	6,092	104,749	105,717	-0.9%
Inversión en Activo Fijo	668	11,484	11,313	1.5%
Valor en Libros de la Acción <sup>2</sup>	2.94	50.53	51.00	-0.9%
Utilidad Neta de la Participación Controladora por Acción <sup>3</sup>	0.29	4.94	5.09	-2.9%

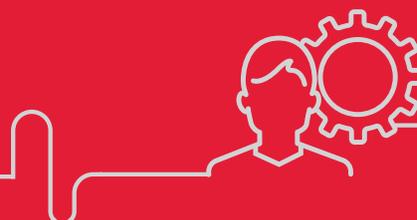
Millones de pesos mexicanos y U.S. dólares al 31 de diciembre de 2015 "(excepto la información de volumen de ventas, transacciones y por acción)". Bajo Normas Internacionales de Información Financiera. Las cifras no incluyen resultados de Coca-Cola FEMSA Philippines, Inc. Los resultados de 2015 de nuestra operación de Venezuela se tradujeron utilizando el tipo de cambio alternativo SIMADI(3) de 199.74 bolívares por U.S. dólar. Los resultados de 2014 fueron traducidos utilizando el tipo de cambio alternativo SICAD II(4) de 49.99 bolívares por U.S. dólar.

1 Las cantidades en pesos mexicanos han sido convertidas a U.S. dólares utilizando el tipo de cambio publicado por el Consejo de la Reserva Federal de los Estados Unidos el 31 de diciembre de 2015, el cual fue de Ps.17.195 por cada \$ 1.00.

2 Con base en 2,072.9 millones de acciones en circulación en 2015 y 2014.

3 Sistema Marginal de Divisas.

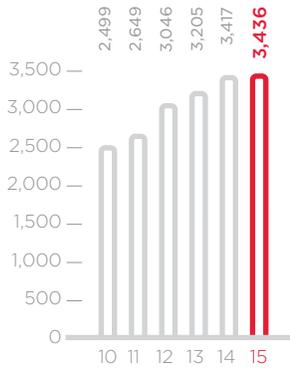
4 Sistema Cambiario Alternativo de Divisas.



**VOLUMEN DE VENTAS**

**3,436**

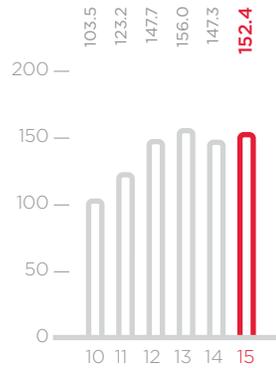
Millones de cajas unidad



**INGRESOS TOTALES**

**152.4**

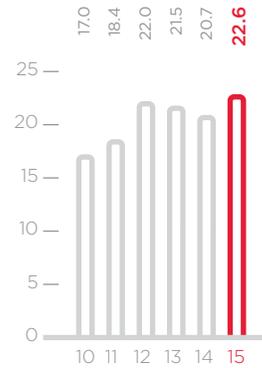
Miles de millones de pesos mexicanos



**UTILIDAD DE OPERACIÓN**

**22.6**

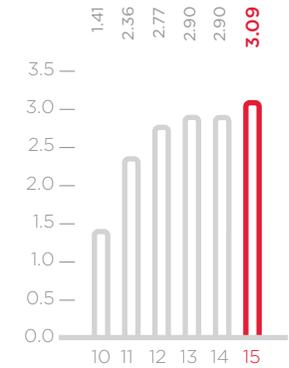
Miles de millones de pesos mexicanos



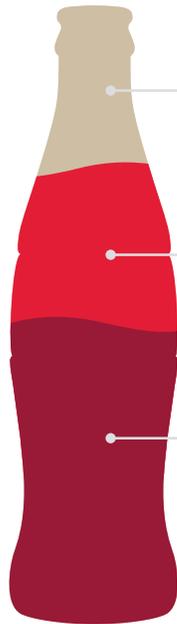
**DIVIDENDOS POR ACCIÓN**

**3.09**

Pesos mexicanos



**Capital Social de Coca-Cola FEMSA**



Público inversionista  
**24.0%**

The Coca-Cola Company  
**28.1%**

Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. (FEMSA)  
**47.9%**

**FEMSA**

**125 años evolucionando:**

A TRAVÉS DE LOS AÑOS, FEMSA HA LOGRADO DESARROLLAR UNA EMPRESA SOSTENIBLE DE LARGO PLAZO, SIEMPRE PROCURANDO CREAR VALOR ECONÓMICO, SOCIAL Y AMBIENTAL EN LAS COMUNIDADES QUE TENEMOS EL PRIVILEGIO DE SERVIR.

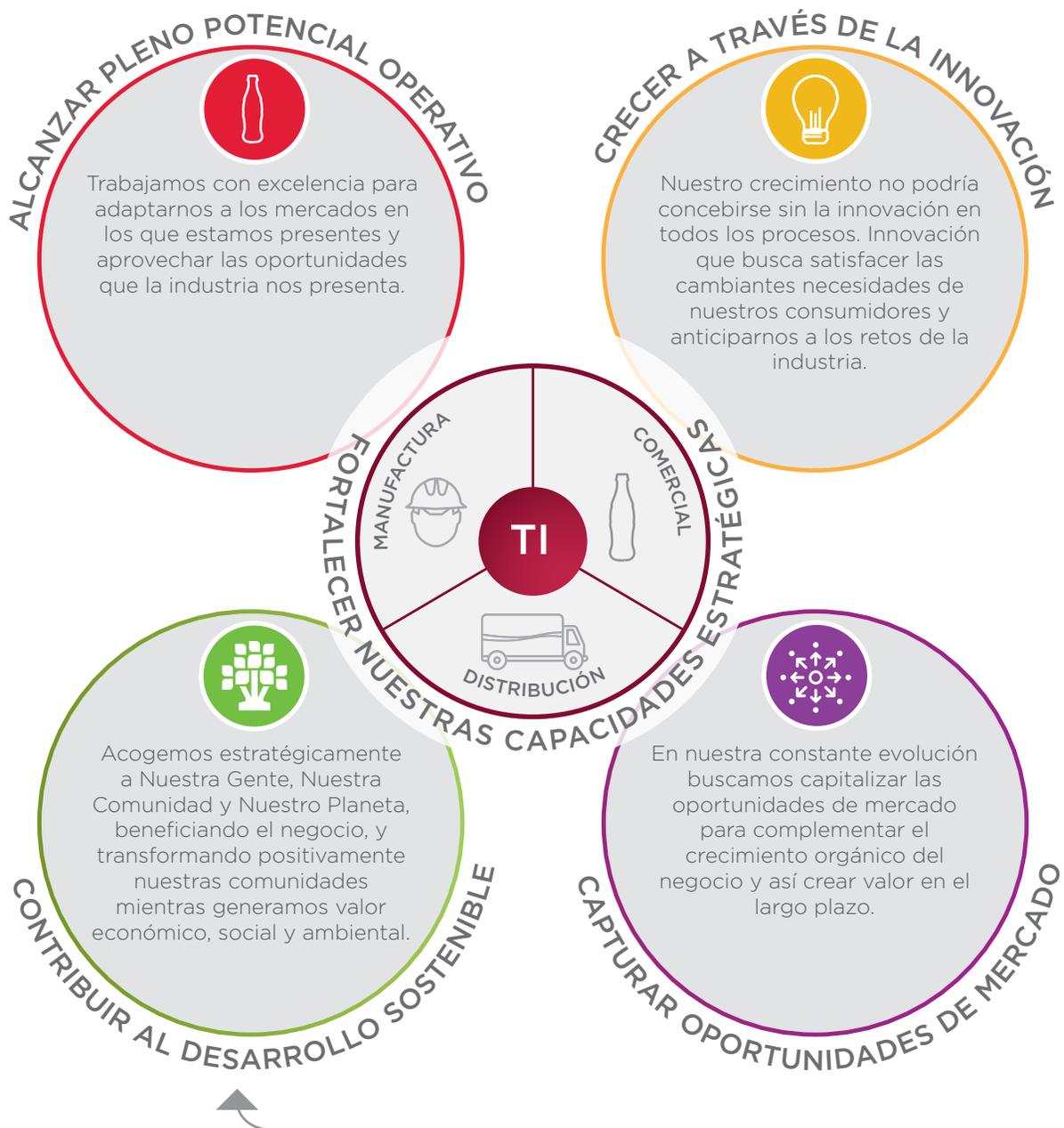
Las acciones que cotizan públicamente son acciones Serie L con derechos de voto limitados, listadas en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV: KOF L) y como Certificados de Depósito Americanos (ADS por sus siglas en inglés), en el mercado de valores de Nueva York (NYSE: KOF). Cada ADS representa 10 acciones de la Serie L.



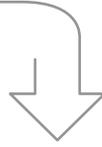
# Nuestra estrategia de **NEGOCIO**

En Coca-Cola FEMSA buscamos ser mejores y adaptarnos al crecimiento que ha tenido nuestra organización, por ello, hemos comenzado una intensiva transformación diseñada para atender los cambios y exigencias del entorno, determinando que es momento de evolucionar.

Nuestro **Marco Estratégico de Negocio** nos asegura el liderazgo en comercialización de marcas líderes de bebidas a nivel global que aportan valor económico, social y ambiental para todos nuestros grupos de interés. Está conformado por cinco pilares que guían nuestra manera de operar y hacer negocio; a esto llamamos **Excelencia en Evolución**.

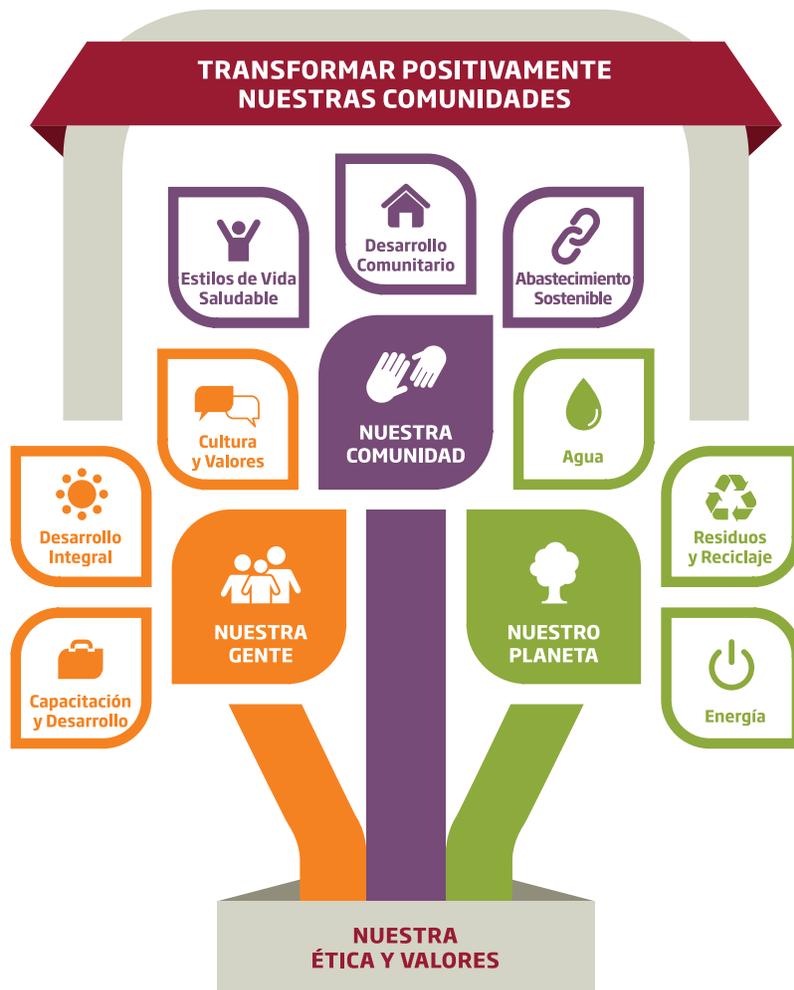


# Nuestra estrategia de SOSTENIBILIDAD



Contribuir al desarrollo sostenible es una tarea compleja, por lo que hemos implementado nuestra Estrategia de Sostenibilidad que nos brinda la guía para cumplir con nuestra misión de transformar positivamente las comunidades en las que operamos.

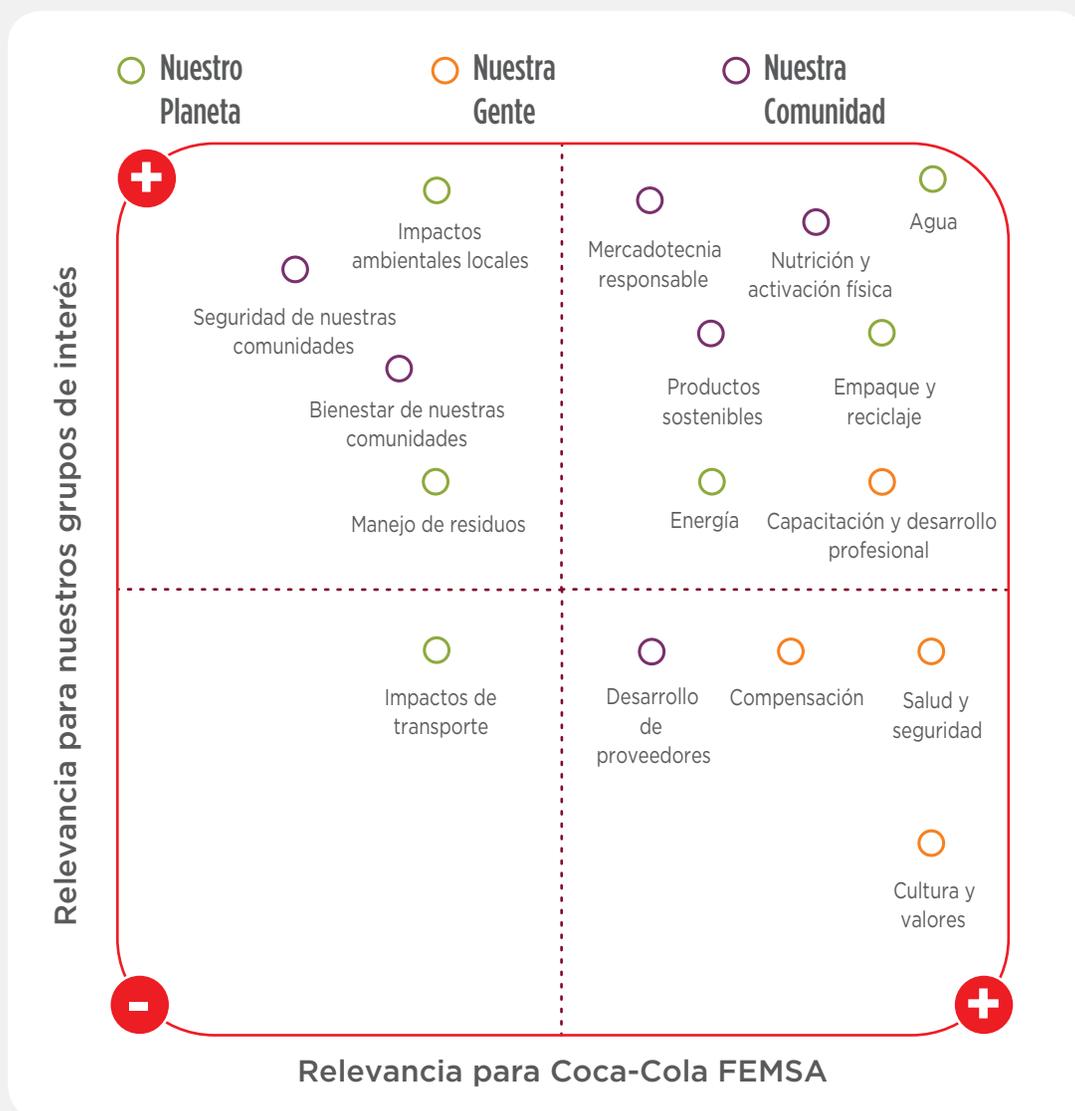
Esta estrategia está alineada a su vez a las estrategias de FEMSA y de *The Coca-Cola Company*, y consta de tres ejes: Nuestra Gente, Nuestra Comunidad y Nuestro Planeta sustentados en nuestra Ética y Valores. Cada uno de estos ejes cuenta con tres áreas de acción, a través de las cuales realizamos proyectos, acciones y actividades que nos permiten lograr nuestros objetivos y generar valor para nuestros grupos de interés.



## Matriz de materialidad y temas de enfoque

Conocer las expectativas de nuestros grupos de interés nos ayuda a mantenernos en constante interacción y diálogo mediante ejercicios de consulta con ejecutivos clave, colaboradores, miembros de la comunidad externa y especialistas en sostenibilidad. Esto nos permite identificar los aspectos relevantes para nuestro negocio y determinar así la materialidad para Coca-Cola FEMSA.

Estas consultas nos ayudan a canalizar los esfuerzos en aquello que más interés genera tanto en la comunidad interna, como externa, derivando de este ejercicio los temas de enfoque de Coca-Cola FEMSA, que son aquellos asuntos estratégicos en los que realizamos nuestras iniciativas de sostenibilidad.



**NUESTRA GENTE**



Cultura y Valores

Reforzar la cultura y los valores de cada operación mediante mecanismos de promoción, así como también de identificación y respuesta a incumplimientos.



Desarrollo Integral

Ofrecer programas de beneficios enfocados al desarrollo integral de nuestros colaboradores y sus familias.



Capacitación y Desarrollo

Facilitar los medios de capacitación, desarrollo profesional y seguridad en nuestras operaciones.

**NUESTRA COMUNIDAD**



Estilos de Vida Saludable

Promover un estilo de vida saludable y satisfacer con excelencia a nuestros consumidores con un amplio portafolio de productos.



Desarrollo Comunitario

Desarrollar iniciativas y proyectos que impacten positivamente a la comunidad.



Abastecimiento Sostenible

Trabajar con proveedores para reducir los impactos ambientales y mejorar las condiciones sociales de nuestra cadena de valor mientras fomentamos su desarrollo.

**NUESTRO PLANETA**



Agua

Aumentar la eficiencia de uso de agua en nuestras operaciones, promover el reciclaje y reúso del recurso, tratar las aguas residuales y actuar en la conservación de las cuencas hidrológicas, bajo una visión de largo plazo.



Residuos y Reciclaje

Generar mecanismos que aumenten la eficiencia en el uso de materiales, promover su óptima disposición y el reciclaje.



Energía

Incrementar la eficiencia energética de nuestras operaciones, diversificar el portafolio energético y mejorar la eficiencia de transporte.

## Política de sostenibilidad

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, comunidad y planeta.

Sabemos que es importante que nuestra Estrategia de Sostenibilidad evolucione y se concrete en resultados tangibles. Por ello, hemos definido **metas al 2020** para cada eje:



En Coca-Cola FEMSA mantenemos comunicación y canales de diálogo con los diferentes **grupos de interés** con los que interactuamos.

Esta comunicación, nos permite conocer qué es lo que interesa y preocupa a aquellos que se relacionan con nuestras actividades de negocio, a quienes hemos identificado en 10 grupos, a los cuales ofrecemos medios de contacto que se adaptan a sus necesidades.

	SISTEMA DE DENUNCIA	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, Mercadotecnia	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.

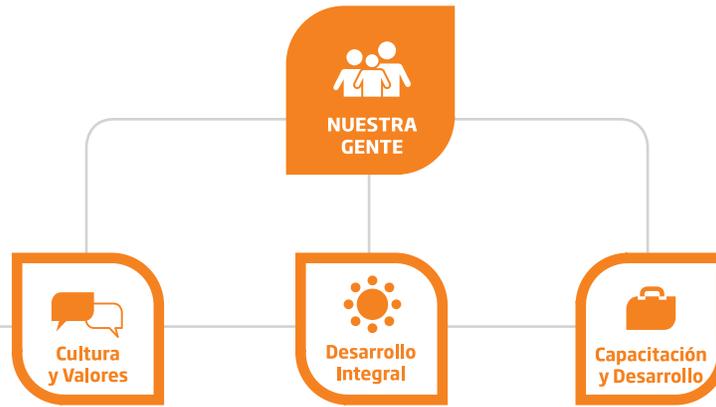
Permanente Anual Variable

# NUESTRA GENTE



LA EVOLUCIÓN Y CRECIMIENTO DE COCA-COLA FEMSA ES GRACIAS AL COMPROMISO Y TRABAJO DIARIO DE NUESTRA GENTE QUE NOS LLEVA A ALCANZAR NUESTRAS METAS Y SUPERAR LOS RETOS DE NUESTRO NEGOCIO.





## NÚMEROS RELEVANTES EN 2015

**100 mil**  
COLABORADORES  
FORMAN PARTE DE  
COCA-COLA FEMSA<sup>1</sup>

**+2**  
MILLONES  
DE HORAS  
DE CAPACITACIÓN

**+USD \$39**  
MILLONES  
INVERTIDOS EN  
NUESTRA GENTE

<sup>1</sup> Incluye las operaciones en Filipinas y negocios conjuntos.

### NUESTRO COMPROMISO

Generar 1 millón de horas de voluntariado de 2015 a 2020.

Fomentar la vivencia de la Cultura FEMSA diariamente en todas nuestras operaciones.

Tener el mejor equipo de colaboradores motivados y capaces de tomar decisiones asertivas y oportunas.

### QUE HEMOS LOGRADO



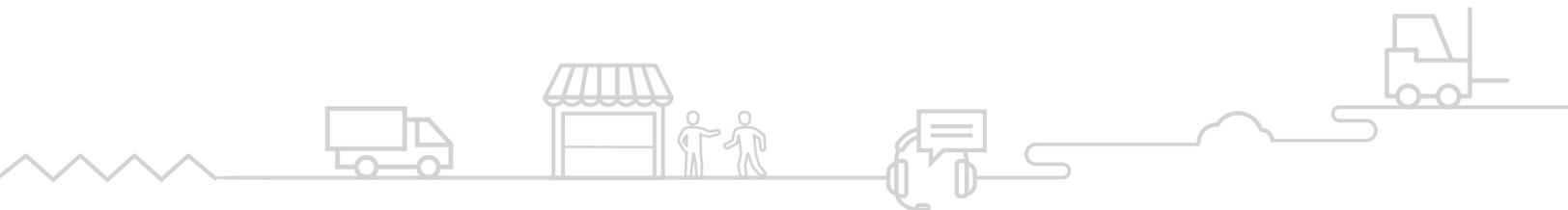
20 mil 608 voluntarios aportaron 105 mil horas durante 2015.



Invertimos USD \$12.9 millones en programas pensados en fomentar el balance entre la vida personal y el trabajo, para brindar así mejores condiciones para nuestro equipo.



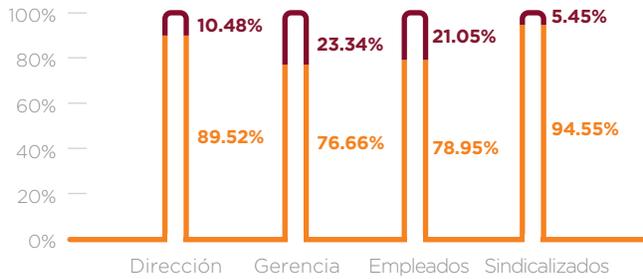
Invertimos USD \$10.2 millones en Desarrollo y Capacitación.





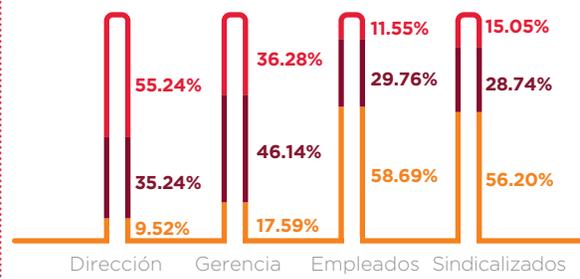
### PERSONAL POR NIVEL ORGANIZACIONAL Y GÉNERO<sup>1</sup>

● Masculino ● Femenino



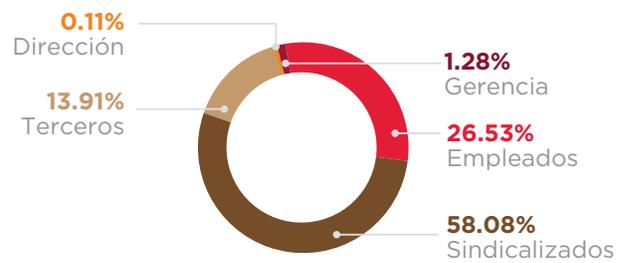
### PERSONAL POR NIVEL ORGANIZACIONAL Y EDAD<sup>1</sup>

● 18-34 ● 35-44 ● 45+



### PERSONAL POR NIVEL ORGANIZACIONAL

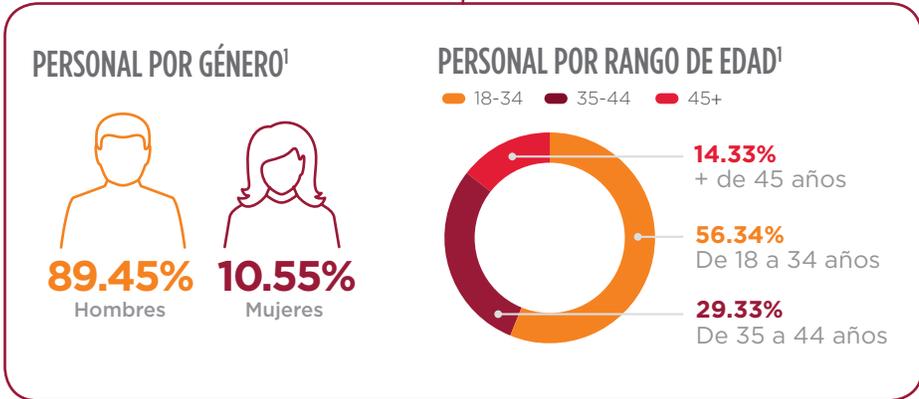
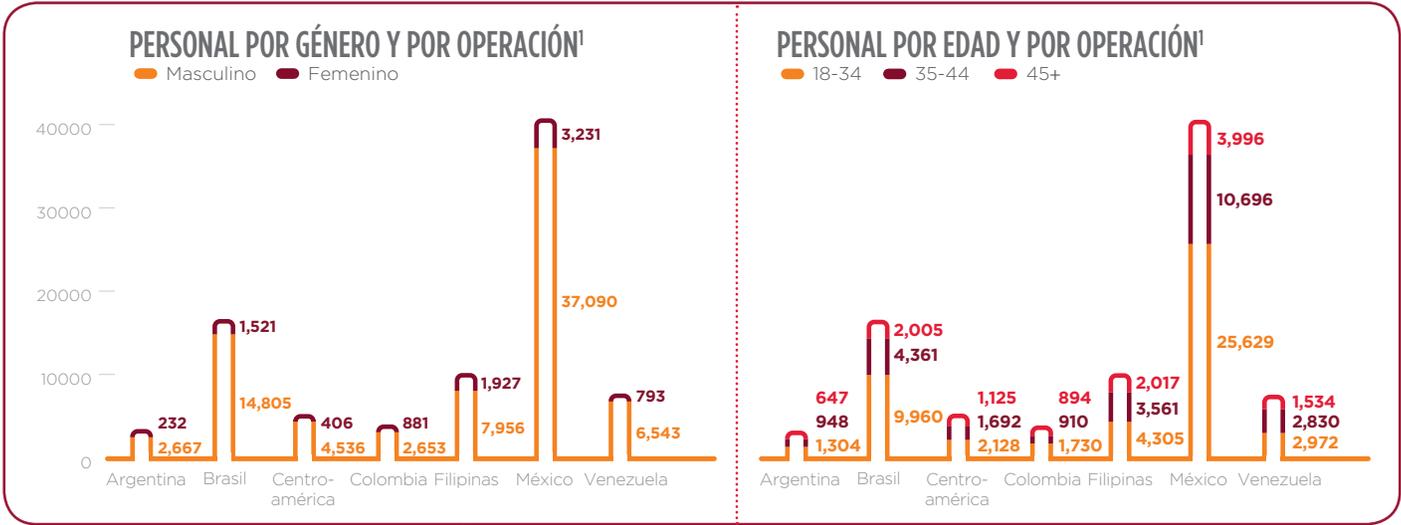
● Dirección ● Gerencia ● Empleados ● Sindicalizados ● Terceros



<sup>1</sup> No incluye información de terceros

Nuestra Gente tiene un rol prioritario en la sostenibilidad de nuestro negocio, es por ello que dentro de este eje trabajamos en tres áreas de acción: **Cultura y Valores**, **Desarrollo Integral**, y **Capacitación y Desarrollo**, a fin de generar un entorno laboral enriquecedor tanto personal como profesionalmente.

Nuestro colaborador nos representa como empresa, es por eso que somos un equipo diverso, compuesto por hombres y mujeres con distintas formas de pensar y actuar, pero con las mismas oportunidades.

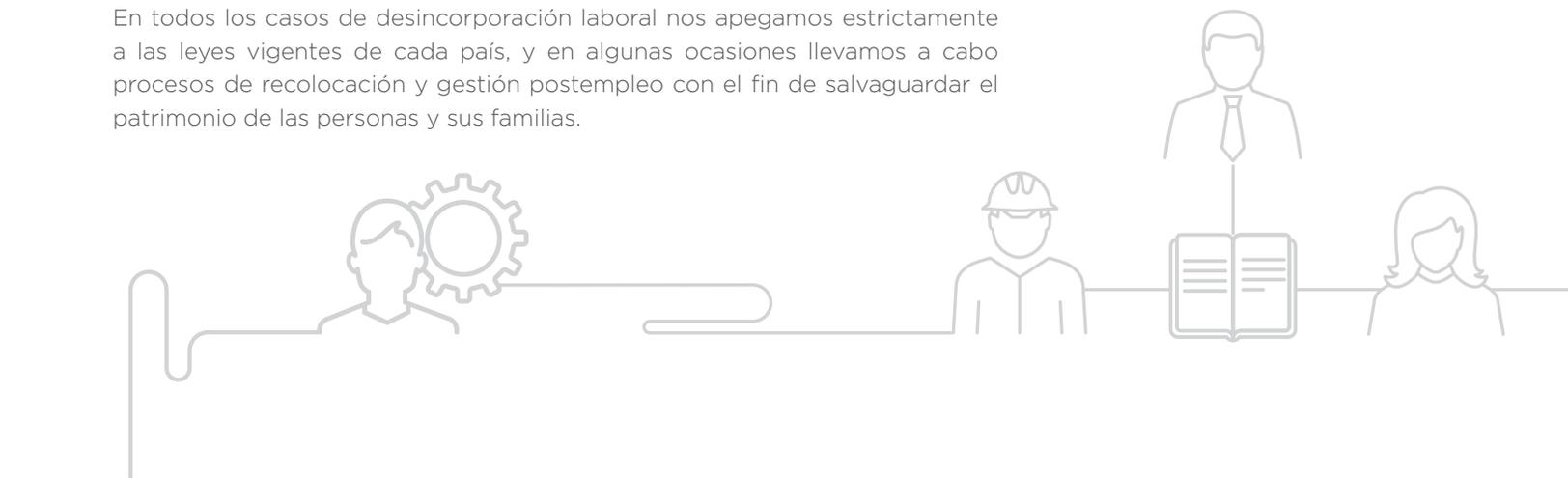


<sup>1</sup> No incluye información de terceros

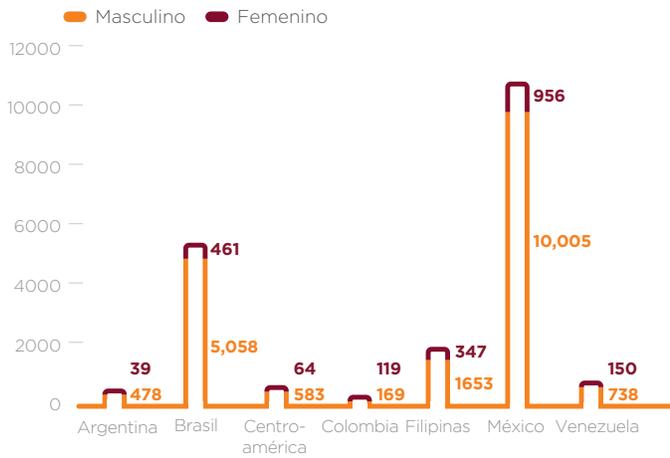
En la evolución hacia la excelencia, el cambio es un factor inevitable, por lo que buscamos contar con el mejor talento para conformar un equipo mejor capacitado y apegado a las necesidades de nuestros clientes y consumidores.

Como parte natural de este proceso, en 2015 realizamos 20 mil 820 contrataciones, y de los colaboradores que dejaron nuestra empresa 5 mil 580 fueron bajas voluntarias, 15 mil 103 no voluntarias y 103 jubilaciones, lo que representa una rotación promedio de 2.2% mensual.

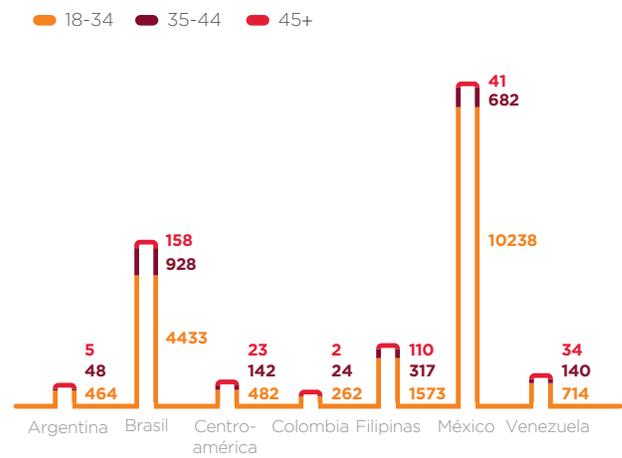
En todos los casos de desincorporación laboral nos apegamos estrictamente a las leyes vigentes de cada país, y en algunas ocasiones llevamos a cabo procesos de recolocación y gestión postempleo con el fin de salvaguardar el patrimonio de las personas y sus familias.



### NUEVAS CONTRATACIONES POR GÉNERO Y POR OPERACIÓN<sup>1</sup>



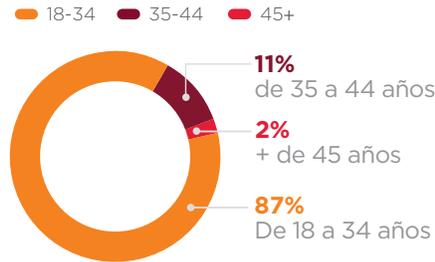
### NUEVAS CONTRATACIONES POR EDAD Y POR OPERACIÓN<sup>1</sup>



### NUEVAS CONTRATACIONES POR GÉNERO<sup>1</sup>



### NUEVAS CONTRATACIONES POR EDAD<sup>1</sup>



<sup>1</sup> No incluye información de terceros



## Cultura y Valores

La Cultura FEMSA se vive diariamente en Coca-Cola FEMSA a través de nuestro comportamiento, estilo de trabajo y valores compartidos lo que nos identifica como equipo y le da sentido a lo que hacemos. Además, es la pauta bajo la cual nos guiamos para operar al interior y al exterior de nuestra organización.

### Misión

Satisfacer y agradecer con excelencia al consumidor de bebidas.

### Visión

Ser la mejor empresa global en comercializar marcas líderes de bebidas. Generar valor económico y social de manera sostenible, gestionando modelos de negocio innovadores y ganadores con los mejores colaboradores del mundo.

Los **Valores** Coca-Cola FEMSA hablan de lo que somos y lo que nos distingue.



**Pasión por el servicio al cliente.** Estamos enfocados en identificar y satisfacer las necesidades de nuestros clientes, buscando siempre su preferencia a través de soluciones innovadoras.



**Respeto y desarrollo integral de colaboradores.** Impulsamos el respeto y desarrollo integral del colaborador y su familia, a fin de que tengan acceso a mejores oportunidades de crecimiento económico, profesional y social.



**Integridad y austeridad.** Actuamos de manera honesta, responsable y con apego a los principios éticos, siendo conscientes del impacto de nuestras acciones y decisiones. Somos prudentes en nuestro comportamiento y en el uso de los recursos de la empresa.



**Creación de valor social.** Contribuimos en transformar positivamente nuestras comunidades, a través de la creación simultánea de valor económico, social y ambiental.

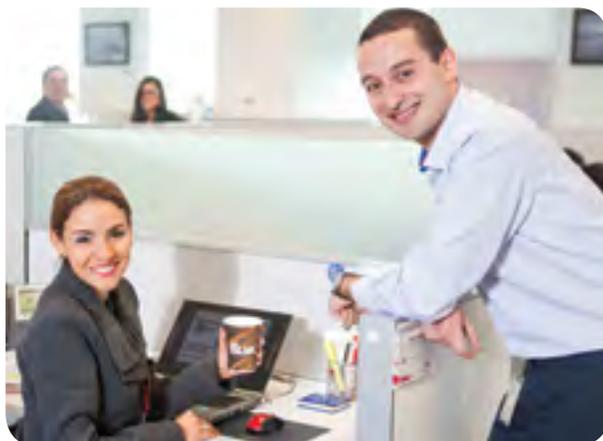


**Confianza.** Entre nosotros la lealtad y la confianza son necesarias para fortalecer los lazos que nos unen. Así como la cadena de una bicicleta permite el movimiento y da estabilidad, la confianza nos da seguridad entre nosotros y certeza para avanzar con paso firme.

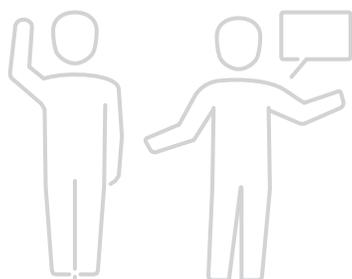
Queremos que los hombres y mujeres que trabajan para nuestra empresa crezcan y se desarrollen día a día, por lo que los invitamos a trabajar con Actitud del Líder KOF, diez prácticas implementadas en 2015 que invitan a todos a colaborar bajo una misma visión de negocio.

También hemos integrado dentro de las metas anuales de cada colaborador un indicador de Administración del Liderazgo, que adicional a que fomenta la participación en la cultura y valores, mide no solo los resultados, sino cómo llegamos a ellos.





En 2015 invertimos USD \$12.9 millones en programas pensados en fomentar el balance entre la vida personal y el trabajo.



## Desarrollo Integral

Por la importancia que tiene el desarrollo integral de nuestros colaboradores y sus familias, a lo largo de 2015 invertimos USD \$12.9 millones en programas pensados en fomentar el balance entre la vida personal y el trabajo, para brindar así mejores condiciones para nuestro equipo. De estas iniciativas se beneficiaron más de 632 mil personas.

Todo esto lo llevamos a cabo alineados al Sistema de Desarrollo Social de FEMSA, el cual está compuesto por siete dimensiones:

 **Laboral:** buscamos un excelente desempeño de nuestros colaboradores en el ámbito laboral y personal.

 **Educación:** impulsamos el continuo desarrollo del patrimonio intelectual y cultural.

 **Salud:** valoramos e impulsamos la salud física y emocional, así como los hábitos de prevención.

 **Valores:** comprendemos y vivimos los valores humanos que convierten a los individuos en mejores personas.

 **Económica:** impulsamos entre nuestros colaboradores y sus familias la protección y construcción de un patrimonio adecuado a sus necesidades presentes y futuras.

 **Familia:** fomentamos un núcleo afectivo y formativo, fuertemente integrado.

 **Social y Medio Ambiente:** estamos comprometidos por el bien común, respetamos las leyes y cuidamos el medio ambiente.

DESARROLLO SOCIAL EN 2015	
Iniciativas	3,936
Beneficiarios	632,327
Actividades de voluntariado	635
Voluntarios	20,608
Horas voluntariado	105,564

Como parte de los beneficios que ofrecemos a Nuestra Gente contamos con esquemas integrales de trabajo que den preferencia al bienestar de todos los que conforman nuestro equipo y fomentar así el Desarrollo Social.

Un ejemplo de ello son los esquemas de jornada laboral diferenciada, en donde se brindan beneficios de trabajo en casa a 1,093 colaboradores, de horario flexible a 860, y de jornada reducida a 269.

COLABORADORES EN ESQUEMAS DE JORNADA LABORAL DIFERENCIADA 2015 <sup>1</sup>			
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Trabajo en casa	670	423	1,093
Horario flexible	428	432	860
Jornada reducida	161	108	269
Otro esquema o beneficio flexible	43	40	83
	<b>1,302</b>	<b>1,003</b>	<b>2,305</b>

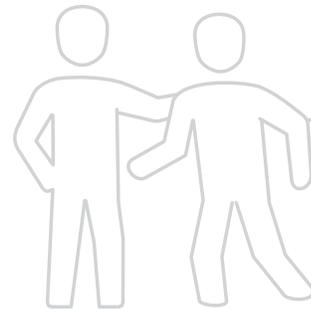
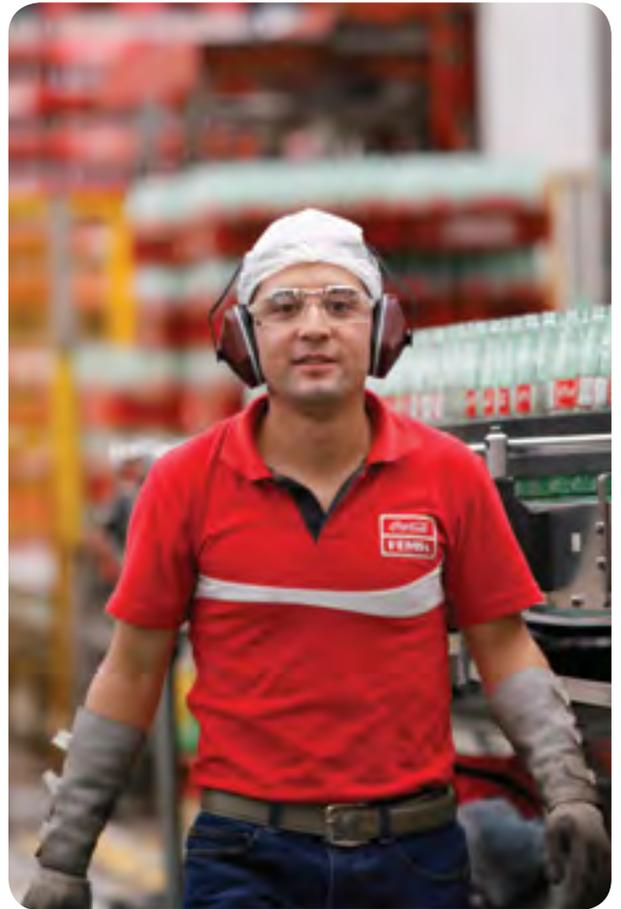
<sup>1</sup> Se consideran las operaciones de Argentina, Brasil, Colombia y México, las cuales representan el 71% de la operación.

Asimismo contamos con iniciativas de Desarrollo Social para nuestros colaboradores y sus familias, un ejemplo es el programa Familias Emprendedoras KOF, implementado en Costa Rica en 2015, en el cual se imparten distintos cursos y talleres a las familias de nuestros colaboradores para desarrollar habilidades técnicas y de negocios y, así, seguir con nuestra misión de generar valor económico y social. En 2015 contamos con la participación de 35 personas y esperamos que para 2016 este programa genere más resultados.

Otras iniciativas están dedicadas a promover la adopción de hábitos saludables que contribuyen a mejorar la calidad de vida de Nuestra Gente. Para ello, brindamos clases de acondicionamiento físico y torneos deportivos, y en algunos países hemos habilitado gimnasios para ofrecer Zonas Saludables en donde nuestros colaboradores se pueden ejercitar.

Para asegurar que nuestros colaboradores cuenten con un ambiente de trabajo adecuado, en donde prevalece el respeto y la dignidad, realizamos cada dos años un Diagnóstico de Clima Organizacional. En 2015 se evaluaron el 100% de los centros de trabajo programados para 2015, con una participación del 90% de los colaboradores, obteniendo una mejora en el nivel de satisfacción en el clima laboral de 3% comparado con el año anterior.

También estamos fomentando el uso de la tecnología en pro de una mejor comunicación y cercanía entre nuestros colaboradores de las distintas operaciones. Esto lo logramos a través de YammerKOF, una red de comunicación interna descargable en cualquier dispositivo móvil en donde se pueden compartir experiencias, logros, fotografías, comentarios y noticias de interés. De igual forma, contamos con plataformas en medios digitales que apoyan y fortalecen la atracción de nuevos talentos; como ejemplo está nuestra página web y cuenta de LinkedIn, en donde tenemos más de 224 mil seguidores.





*"En Coca-Cola FEMSA tenemos el compromiso de generar una cultura de diversidad e inclusión, promoviendo igualdad de oportunidades y respeto; reconociendo, que nuestras diferencias nos hacen más fuertes, mientras impactamos de manera positiva nuestros resultados de negocio, nuestra comunidad y nuestro ambiente de trabajo."*

John Santa María Otazua  
Director General Ejecutivo

De igual forma la **Diversidad e Inclusión** son características de nuestra empresa. Favorecemos un ambiente con igualdad de oportunidades y no discriminamos a ninguna persona por motivos de origen, raza, estado civil, edad, opinión política, género, credo, asociación o afiliación a un sindicato, clase social o económica, situación familiar, embarazo, lengua, orientación sexual, identidad y expresión de género, discapacidad, enfermedad, nacionalidad o estatus migratorio, asegurando con ello las mismas oportunidades de desarrollo y crecimiento profesional.

En 2015 implementamos las Redes de Diversidad e Inclusión con el objetivo de construir puntos de apoyo que estimulen el desarrollo de iniciativas, actividades y programas que enriquezcan y promuevan una cultura de respeto e integración en seis áreas: equidad de género, mamás y papás, multigeneración, discapacidad, multiculturalidad y LGBT.

## Capacitación y Desarrollo

La excelencia se logra solamente con un equipo capacitado, actualizado y receptivo de todos los temas que competen a nuestra industria, solo así podemos seguir evolucionando para ofrecer mejores productos y servicios a nuestros clientes, así como un mejor entorno laboral a Nuestra Gente.

Es por ello que en 2015 invertimos USD \$10.2 millones en capacitación para nuestros colaboradores, la cual está apegada a la **Agenda de Desarrollo**, metodología que nos permite ofrecerles una oferta formativa integral con la cual buscamos potencializar tres competencias: liderazgo, competencias técnicas y competencias funcionales. Cada colaborador recibe un diagnóstico de **Detección de Necesidades de Capacitación** para diseñar planes acorde a las necesidades individuales. Este proceso de desarrollo personal está conformado con un plan en donde el 70% del tiempo se invierte en experiencias críticas, 20% en procesos de *mentoring* y *coaching*, y 10% en capacitación presencial y virtual.



**Diversidad e Inclusión**





Algunos entrenamientos que se ofrecieron durante el año estuvieron relacionados con los siguientes temas: seguridad y salud, derechos humanos, ética y corrupción, cultura de la legalidad, sostenibilidad, idiomas, conocimiento técnico y otras habilidades.

Ofrecimos 28 mil 879 horas de capacitación en derechos humanos; 9 mil 652 horas en ética y corrupción; y mil 857 en cultura de la legalidad; esto suma un total de 40 mil 390 horas de capacitación relacionada con nuestro Código de Ética.



CAPACITACIÓN 2015	
CONCEPTO	RESULTADOS
Inversión (USD)	\$ 10,245,051
Número de empleados capacitados	87,404
Número de horas de capacitación	2,001,173
Inversión de capacitación por colaborador (USD)	\$ 117.22
Cobertura en capacitación <sup>1</sup>	103%
Número de horas promedio por empleado capacitado	23

HORAS DE CAPACITACIÓN POR CATEGORÍA	TOTAL
Directores	712,355
Gerentes	442,437
Administrativos	461,111
Sindicalizados	369,343
Personal subcontratado	15,927

En 2015 invertimos USD \$10.2 millones en capacitación para nuestros colaboradores.

<sup>1</sup> El número es mayor a 100% ya que se toman en cuenta personas que rotaron y personas con más de una capacitación.

## Compensación y beneficios

Una empresa que se desenvuelve en un entorno global debe de ser competitiva en cuanto a la compensación y beneficios otorgados a sus colaboradores. En Coca-Cola FEMSA queremos que todos los que forman parte de nuestro equipo encuentren en nuestra empresa un espacio de desarrollo justo y de acuerdo a sus expectativas.

Por ello, cuidamos que la remuneración sea competitiva de acuerdo a la industria y a los países en donde tenemos operaciones. Una forma de asegurarnos es mediante estudios realizados por consultoras internacionales, a través de los cuales comparamos anualmente nuestros paquetes de remuneración total con la tendencia de la industria, ofreciendo compensaciones a nuestros colaboradores de acuerdo a su desempeño sin distinción de género, edad o nacionalidad.

En el último año, 5 mil 150 colaboradores cuentan con programas de Administración por Objetivos a través de los cuales se realiza su evaluación de desempeño. Esto se lleva a cabo a través de un sistema llamado revisión vertical, en donde se monitorean los avances en metas y objetivos establecidos de acuerdo a las prioridades del negocio por cada colaborador evaluado y su jefe.

Algunos ejemplos de beneficios que reciben nuestros colaboradores, adicionales a lo que la ley en cada país exige son: plan de seguro de vida para todo el personal administrativo, plan de gastos médicos mayores, plan de incentivos de corto plazo, y plan de incentivos de largo plazo para niveles directivos.

Por otra parte, para aquellos miembros del equipo que se jubilan, contamos con planes de retiro y en ocasiones ofrecemos un esquema complementario de un pago vitalicio y servicios de atención médica. Los beneficios económicos y pensiones se establecen de acuerdo con las condiciones establecidas por las leyes vigentes de cada país.

En lo que se refiere al personal sindicalizado, toda la plantilla laboral cuenta con prestaciones que cumplen y en ocasiones exceden los parámetros establecidos en la ley vigente de cada uno de los países donde tenemos operaciones, como periodos vacacionales, pago de horas extra, acceso a seguridad social, uniformes, entre otros beneficios acordados en los contratos colectivos de trabajo, los cuales son revisados periódicamente con sus representantes. Damos cumplimiento a los periodos de preaviso y otro tipo de notificaciones hacia nuestros colaboradores, apegándonos estrictamente a las normas y lineamientos de las autoridades laborales de cada país.



En Coca-Cola FEMSA **queremos** que todos los que forman parte de nuestro equipo encuentren en nuestra empresa **un espacio de desarrollo justo** y de acuerdo a sus expectativas.



## Seguridad y salud ocupacional

Con el fin de cuidar la salud de nuestro personal y al mismo tiempo cumplir con los lineamientos de seguridad de cada país, operamos bajo nuestra política de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional, que se basa en el principio del compromiso y la corresponsabilidad entre los gerentes y colaboradores.

Invertimos USD \$15.9 millones en acciones que nos permiten ofrecer entornos seguros de trabajo, lo cual es gestionado mediante el Sistema de Administración de Seguridad y Salud Ocupacional

(SASSO), que busca incrementar la conciencia de prevención de riesgos y enfermedades en los lugares de trabajo, promover la responsabilidad individual en cuanto a seguridad y salud ocupacional, y sobre todo identificar, controlar y eliminar los riesgos que pudieran presentarse.

También contamos con la certificación OHSAS 18001 en todas nuestras plantas. Este certificado permite la gestión de Seguridad y Salud Ocupacional y establece las mejores prácticas en este tema para ofrecer condiciones de trabajo alineadas a prácticas internacionales. En 2015 nuestros índices por cada 100 colaboradores de accidentabilidad, días perdidos y enfermedad general mejoraron en 14%, 11% y 16% respectivamente, contra el año pasado.

PAÍS	SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL				FATALIDADES DE TRABAJO DE PERSONAL PROPIO
	ÍNDICE DE ACCIDENTABILIDAD POR CADA 100 COLABORADORES (ACUMULADO)	ÍNDICE DE DÍAS PERDIDOS POR ACCIDENTABILIDAD POR CADA 100 COLABORADORES (ACUMULADO)	ÍNDICE DE ENFERMEDAD GENERAL POR CADA 100 COLABORADORES (ACUMULADO)	ÍNDICE DE DÍAS PERDIDOS POR ENFERMEDAD GENERAL POR CADA 100 COLABORADORES (ACUMULADO)	
Argentina	5.1	164.4	95.2	790.3	0
Brasil	1.3	31.7	142.1	1,381.3	0
Colombia	5.2	42.0	107.7	779.4	1
Costa Rica	3.3	96.3	69.8	415.0	0
Filipinas	0.5	2.8	208.8	472.6	0
Guatemala	1.4	70.3	113.7	611.9	1
México	5.7	120.1	26.3	279.5	0
Nicaragua	4.8	106.1	80.8	613.5	0
Panamá	2.0	10.3	337.7	526.5	0
Venezuela	1.7	39.2	64.2	509.8	0
<b>Total</b>	<b>3.7</b>	<b>77.5</b>	<b>85.3</b>	<b>595.3</b>	<b>2</b>



## Nuestra Gente en números

COLABORADORES POR REGIÓN 2015					
PAÍS	NO SINDICALIZADOS	SINDICALIZADOS	TOTAL PROPIOS	TERCEROS	TOTAL
Argentina	697	2,202	2,899	104	3,003
Brasil	206	16,120	16,326	1,679	18,005
Centroamérica	2,625	2,317	4,942	1,256	6,198
Costa Rica	1,581	0	1,581	353	1,934
Guatemala	353	954	1,307	247	1,554
Nicaragua	307	442	749	356	1,105
Panamá	384	921	1,305	300	1,605
Colombia	3,001	533	3,534	1,648	5,182
México	17,740	22,581	40,321	3,667	43,988
Venezuela	1,234	6,102	7,336	0	7,336
<b>Total Coca-Cola FEMSA</b>	<b>25,503</b>	<b>49,855</b>	<b>75,358</b>	<b>8,354</b>	<b>83,712</b>
Filipinas	2,501	7,382	9,883	5,423	15,306
<b>Total Coca-Cola FEMSA + Filipinas</b>	<b>28,004</b>	<b>57,237</b>	<b>85,241</b>	<b>13,777</b>	<b>99,018</b>

CAPACITACIÓN				
PAÍS	# PERSONAS CAPACITADAS	# HORAS CAPACITACIÓN	# HORAS POR PERSONA	% COBERTURA <sup>1</sup>
Corporativo	765	30,481	40	134.86%
Argentina	2,018	54,400	27	76.64%
Brasil	10,407	290,383	28	60.13%
Centroamérica	6,135	33,880	6	100.53%
Colombia	12,956	122,700	9	251.95%
Filipinas	10,449	7,018	1	130.89%
Mexico	39,204	1,398,054	36	99.65%
Venezuela	5,471	192,518	35	74.76%
<b>Total</b>	<b>86,639</b>	<b>2,098,954</b>	<b>24</b>	<b>100.95%</b>

<sup>1</sup> En los casos en donde el número es mayor a 100%, se toman en cuenta personas que rotaron y personas con más de una capacitación.



ROTACIÓN 2015							
PAÍS	TIPO DE BAJA						TOTAL
	VOLUNTARIA		NO VOLUNTARIAS		JUBILACIÓN		
	HOMBRE	MUJER	HOMBRE	MUJER	HOMBRE	MUJER	
Argentina	49	20	145	10	1	0	225
Brasil	522	80	3,417	474	1	0	4,494
Colombia	152	91	260	217	9	4	733
Centroamérica	274	42	2,166	38	24	3	2,547
Filipinas	378	234	363	115	36	3	1,129
México	2,816	357	5,807	376	22	0	9,378
Venezuela	459	106	1,533	182	0	0	2,280
<b>Total</b>	<b>4,650</b>	<b>930</b>	<b>13,691</b>	<b>1,412</b>	<b>93</b>	<b>10</b>	<b>20,786</b>
	<b>5,580</b>		<b>15,103</b>		<b>103</b>		

INDICADOR	RESULTADO
Vacantes cubiertas con promociones internas.	33% (4,850)
Directores originarios del país en donde laboran.	72
Índice de retorno al trabajo después de maternidad / paternidad.	90.6%
Promedio ponderado del salario de entrada de nuestros colaboradores con respecto al salario mínimo de cada país.	5.50
Colaboradores cuyo salario integrado es mayor o igual al rango del mercado.	36%





NUESTRA

# COMUNIDAD



TRABAJAMOS DE LA MANO CON LAS COMUNIDADES EN DONDE TENEMOS PRESENCIA CON EL OBJETIVO DE CONSTRUIR CAPITAL SOCIAL Y UN ENTORNO DE DESARROLLO ARMÓNICO, CONTRIBUYENDO CON TODOS LOS RECURSOS A NUESTRO ALCANCE PARA GENERAR VALOR COMPARTIDO.





## NÚMEROS RELEVANTES EN 2015

**USD \$7.7**

MILLONES INVERTIDOS EN PROGRAMAS Y ACTIVIDADES PARA NUESTRA COMUNIDAD.

**113**

INICIATIVAS DE ESTILOS DE VIDA SALUDABLE, BIENESTAR SOCIAL Y ATENCIÓN A IMPACTOS AMBIENTALES LOCALES.

**107**

PROVEEDORES EVALUADOS EN 2015 EN TEMAS AMBIENTALES, SOCIALES Y ECONÓMICOS.

### NUESTRO COMPROMISO

Beneficiar a 5 millones de personas a través de nuestros programas e iniciativas que promueven la nutrición y activación física de 2015 a 2020.



### QUE HEMOS LOGRADO

509 mil 795 personas beneficiadas.

Para 2020 todas nuestras plantas y centros de distribución prioritarios contarán con un programa de licencia social.



Desarrollamos la Metodología de Atención a Riesgos y Relacionamiento Comunitario (MARRCO) para fortalecer nuestra interacción con las comunidades.

Ser un generador de competitividad y principios sostenibles en nuestros proveedores actuales y futuros.



Desde 2012 hemos evaluado a 452 proveedores en temas sociales y ambientales.





Nuestra participación en las comunidades la enfocamos a través de tres áreas de acción: **Estilo de Vida Saludable**, **Desarrollo Comunitario** y **Abastecimiento Sostenible**.

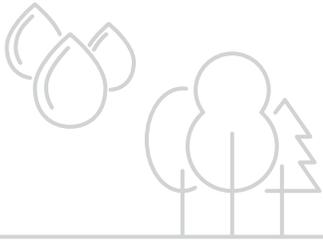
Queremos que nuestras acciones con las comunidades generen beneficios mutuos en el mediano y largo plazo, aportando valor en las áreas en las que contamos con fortalezas organizacionales. Por ello, desarrollamos junto con todas las Unidades de Negocio de FEMSA la Metodología de Atención a Riesgos y Relacionamento Comunitario (MARRCO), cuya finalidad es fortalecer nuestra interacción con las comunidades, basándonos en la construcción de diálogo, confianza, colaboración y compromiso.

Mediante cinco pasos desarrollaremos habilidades en los equipos de trabajo para identificar a nivel local el impacto de nuestras operaciones en las comunidades, así como las circunstancias que podrían impactar nuestra operación.

1. Identificar y entender las necesidades, recursos y compromisos del negocio con la comunidad, así como su forma de ser y prioridades.
2. Analizar y planear los riesgos y oportunidades para lograr el relacionamiento comunitario.
3. Acordar y actuar en conjunto con la comunidad para establecer compromisos y realizar acciones de interés común.
4. Evaluar y medir el impacto y progreso de la gestión comunitaria.
5. Aprender y mejorar identificando áreas de oportunidad y mejores prácticas.

NÚMERO DE INICIATIVAS	OBJETIVO DE LA INICIATIVA	INVERSIÓN
55	Bienestar social en las comunidades	USD \$1.5 millones
31	Nutrición y actividad física	USD \$3.0 millones
27	Impactos ambientales locales	USD \$3.2 millones

Durante 2015 llevamos a cabo **113 iniciativas comunitarias, ambientales, de nutrición y activación física**. Con lo que **beneficiamos a 550 mil personas**.



# FUNDACIÓN FEMSA

Para generar legados fuera de nuestras operaciones trabajamos con Fundación FEMSA, nuestro instrumento de inversión social. Durante 7 años hemos colaborado para impulsar proyectos sostenibles a largo plazo en comunidades vulnerables para ayudar a solucionar las problemáticas de agua y nutrición a las que se enfrentan América Latina y Filipinas.

Nos enfocamos en acceso a agua y saneamiento, conservación de cuencas y educación en nutrición con proyectos en los que la comunidad no sólo es partícipe, sino que se vuelve dueña de estas iniciativas y por lo tanto de su propio desarrollo. Promovemos además la investigación y capacitación en agua y nutrición a través del **Centro del Agua para América Latina y el Caribe** y del **Centro de Biotecnología FEMSA** en el Tecnológico de Monterrey.

## PROYECTOS EN COLABORACIÓN CON FUNDACIÓN FEMSA 2015

### Nuestra Comunidad

- Centros Conin para Primera Infancia
- Ser Saludable
- Campaña de Colores
- Reducción de la Malnutrición
- Colegios con Educación Alimentaria
- Agua Limpia en Escuelas
- Saneamiento en La Gallina II
- Agua Para Minas Gerais
- Lazos de Agua
- Intervención Zavaleta II

### Nuestro Planeta

- Agua por el Futuro
- Alianza Latinoamericana de Fondos de Agua





Activamos a **6.1 millones de personas** a través de carreras y otros eventos en Colombia, Costa Rica, Guatemala, México, Nicaragua y Panamá.

## Estilos de Vida Saludable

Porque nos interesa la salud de todos nuestros consumidores, en Coca-Cola FEMSA promovemos Estilos de Vida Saludable impulsando iniciativas, proyectos y programas que fomentan una cultura de activación física, salud, deporte y auto cuidado, contribuyendo así a mejorar la calidad de vida de Nuestra Comunidad.

Por ejemplo, en Argentina con **Huertas Sustentables** creamos huertas hidropónicas para abastecer comedores de comunidades aledañas a nuestras operaciones y así enriquecer la dieta de sus habitantes.

Contamos con programas que promueven la activación física de estudiantes, involucrando a docentes y diversas organizaciones locales en programas como **Hora de Moverse** y **Apúntate a Moverte** en Colombia, Costa Rica, Guatemala, Nicaragua, Panamá y Venezuela.

De igual forma, en muchos países fomentamos el deporte. Por ejemplo, gracias a **Coordenadas Para Vivir**, ofrecemos clínicas del deporte para niños en riesgo en Filipinas. En Venezuela lo hacemos a través de la **Copa Coca-Cola**, en la que organizamos torneos interescolares de fútbol, o mediante las muy conocidas **Caimaneras Coca-Cola**, en donde jugadores profesionales ofrecen clínicas de béisbol y fútbol a niños y adolescentes de entre 5 y 15 años de edad interesados en estos deportes.

## Fundación FEMSA

Desde 2008 en Coca-Cola FEMSA nos hemos unido a los esfuerzos de Fundación FEMSA a través de iniciativas para contribuir a proveer educación en nutrición para las personas en las comunidades en donde estamos presentes.

Mediante **Campaña de Colores**, promovemos la alimentación nutritiva y saludable de los niños nicaragüenses. A través de los **Centros CONIN para Primera Infancia** apoyamos mujeres embarazadas y madres de niños pequeños en Argentina con pláticas de salud en la primera infancia, estimulación temprana, asistencia social y talleres de cocina. Mientras que en Guatemala, en colaboración con CARE, se lanzó la iniciativa **Ser Saludable**, cuyo objetivo es promover una estrategia integral de cambio de comportamiento para reducir la malnutrición en dos poblaciones vulnerables del país.



Estas son algunas de las iniciativas mediante las que **promovemos Estilos de Vida Saludable en los diez países en donde tenemos presencia.**

## ACTIVACIÓN FÍSICA



### GLORIAS DEL DEPORTE

Programa de integración social a nivel nacional a través de academias de fútbol ubicadas en los polígonos de mayor violencia, se realizó en colaboración con la Secretaría de Gobernación y Capital MX.



### HORA DE MOVERSE Y APÚNTATE A MOVERTE

Coca-Cola en alianza con los Ministerios de Educación de los países lanzaron esta iniciativa en escuelas públicas, en donde se capacitaron docentes para guiar a los estudiantes a realizar 60 minutos al día de actividad física dentro de las escuelas.



### SALUD AL DÍA

Jornadas lúdicas en instituciones educativas que incentivan estilos de vida activos y promueven la hidratación durante estas actividades.



### MOVEMENTE-SE

Plataforma en línea para la identificación de prácticas deportivas en grupo y gratuitas en localidades cercanas.



### COPA COCA-COLA

Torneos deportivos interescolares que fomentan el deporte en niños y adolescentes.



## NUTRICIÓN



### CAMPAÑA DE COLORES

Junto con la Federación Red NicaSalud, *American Nicaraguan Foundation* (ANF) y Fundación FEMSA Creamos una red de información que mejore los conocimientos y prácticas sobre nutrición y estilos de vida activos y saludables entre alumnos de escuelas primarias en Nicaragua.

**FUNDACIÓN FEMSA**



### UN PLATO, UNA SONRISA

Esta iniciativa busca beneficiar a niños de centros escolares y comedores infantiles con alimentación complementaria diaria y pláticas sobre alimentación balanceada.



### REDUCCIÓN DE LA MALNUTRICIÓN

Reducimos la desnutrición crónica en Guatemala a través de un modelo educativo que propicia cambios positivos en el comportamiento de madres de familia y niños menores de 5 años.

**FUNDACIÓN FEMSA**



### COLEGIOS CON EDUCACIÓN ALIMENTARIA

Apoyamos la formación de estudiantes y familias en Bogotá para contribuir a que tomen decisiones sustentadas a la hora de escoger alimentos.

**FUNDACIÓN FEMSA**



### VIVIENDO POSITIVAMENTE

Programa de apoyo y formación en nutrición a los padres y representantes de las comunidades aledañas a donde se realizan las Caimaneras Coca-Cola.





## Desarrollo Comunitario

Nuestra prioridad en esta área de acción es desarrollar programas y actividades que nos permitan relacionarnos con aquellas comunidades cercanas a nuestras operaciones, en donde podemos aportar beneficios y elementos que atienden alguna necesidad o problemática de sus habitantes.

Cada país está inmerso en un contexto distinto, por lo que las iniciativas suelen ser diversas, y por lo tanto, enriquecedoras. Por ejemplo, en Brasil fomentamos la cultura a través espectáculos teatrales para niños y jóvenes en la **Semana Municipal de Ciencia, Tecnología e Innovación**; y mediante la difusión del cine brasileño en espacios públicos para comunidades con acceso limitado a la cultura gracias a **Projeto Cine na Estrada**. Mientras tanto, en Colombia nos enfocamos en el desarrollo de conocimientos, destrezas y toma de decisiones en niños que viven situaciones de riesgo a través de la iniciativa **Coordenadas Para Vivir**.

En Venezuela a través de **Barrio Productivo** capacitamos y transferimos conocimientos, con el propósito de generar emprendimientos que incrementen el ingreso económico familiar. En Argentina desarrollamos una relación más cercana con los vecinos de nuestras plantas a fin de atender sus necesidades y problemas por medio del programa **Vecinos Primero**.



## Fundación FEMSA

Con la finalidad de mejorar el entorno en nuestras comunidades, sumamos esfuerzos a Fundación FEMSA en proyectos para llevar acceso a agua, saneamiento e higiene. Colaboramos con las poblaciones de forma que se apropien de los proyectos y se encarguen de darles seguimiento en el futuro, haciéndolos así sostenibles.

Trabajamos en distintas iniciativas que atienden la problemática de manera integral. En Colombia, en conjunto con *Planet Water Foundation* y otros socios apoyamos el proyecto **Agua Limpia en Escuelas**. Se instalan torres proveedoras de agua segura en escuelas rurales, además de talleres educativos en agua, salud e higiene con el objetivo de que estudiantes y maestros sean catalizadores de cambio positivo en su comunidad. En la segunda fase de nuestro proyecto Saneamiento en La Gallina en Nicaragua, capacitamos a las familias de la comunidad, ubicada en San Rafael del Sur, para la construcción, uso y mantenimiento de ecobaños que contribuyen al desarrollo de una vida saludable y digna.

En Brasil, desarrollamos el proyecto **Agua para Minas Gerais**, en el que tratamos, almacenamos y distribuimos agua potable en comunidades rurales. Este esfuerzo se suma a la instalación y puesta en marcha de tres plantas fijas potabilizadoras en 2014.

Pero quizás, uno de los proyectos con mayor impacto, es **Lazos de Agua**, un proyecto que lanzamos en 2013 buscando mejorar la calidad de vida de al menos 100 mil personas en más de 100 comunidades marginadas de cinco países de América Latina mediante el acceso sostenible a agua segura, la mejora en infraestructura de saneamiento, y el refuerzo de buenos hábitos de higiene en las familias. Para hacerlo sostenible, en muchas de las comunidades se instauran comités de agua que los mismos habitantes operan para hacerse cargo de los recursos y la infraestructura que ahora tienen. Este programa es financiado por *The Coca-Cola Company* América Latina, *Millennium Water Alliance* y Fundación FEMSA, y es ejecutado con el apoyo de actores clave con amplia experiencia en el sector como *Living Water International* y *World Vision* en México, *CARE* en Guatemala, *Water for People* en Honduras, *WaterAid* en Nicaragua y *Aguayuda* en Colombia.



En 2015 destinamos **USD \$479 mil en donaciones a la comunidad** y **USD \$175 mil en patrocinios** para acciones benéficas.



Durante 2015 llevamos a cabo **55 iniciativas de bienestar social** en las comunidades y **27 de atención a impactos ambientales** locales.

## BIENESTAR SOCIAL



### ESPACIOS DE PAZ Y RECONCILIACIÓN, ESPERE

Proyecto que busca generar espacio para desmovilizados, en cumplimiento con la Ley 1424, para que puedan emprender un servicio social y desarrollar acciones de reparación y perdón en beneficio de las comunidades y víctimas de la violencia.



### BARRIO PRODUCTIVO

Busca construir redes de cooperación productiva entre los habitantes de un territorio, con el propósito de generar emprendimientos que incrementen el ingreso económico familiar, mediante capacitación y transferencia de conocimientos.



### PROJETO CINE NA ESTRADA

Busca estimular el desarrollo cultural de comunidades que no tienen acceso a la cultura, a través de la cinematografía y la difusión del cine brasileño, utilizando espacios públicos con actividades culturales para reforzar el autoestima y afecto de las personas con relación a sus ciudades.



### COORDENADAS PARA VIVIR

Programa enfocado al desarrollo de habilidades para niños en riesgo, con el fin de ayudarlos a sobreponerse a situaciones difíciles, desarrollando en ellos conocimientos, destrezas y toma de decisiones.



## IMPACTOS AMBIENTALES LOCALES



### LAZOS DE AGUA

Mejoramos el acceso a agua segura, el saneamiento y la higiene de comunidades rurales con infraestructura adecuada a la ubicación, involucrando a los habitantes en el proyecto de tal forma que se asegure la sostenibilidad de las intervenciones.

FUNDACIÓN FEMSA



### JORNADAS DE REFORESTACIÓN

26 mil 586 árboles reforestados por nuestros voluntarios. Esta iniciativa forma parte de Agua por el Futuro, el Programa de Reabastecimiento de Agua del Sistema Coca-Cola, cuyo objetivo es alcanzar una huella hídrica neutral para 2020.



### SANEAMIENTO EN LA GALLINA II

Mejoramos las condiciones sanitarias en las viviendas de las familias de La Gallina al instalar ecobaños que ellos mismos construyen y mantienen en óptimo funcionamiento.

FUNDACIÓN FEMSA

**INTERVENCIÓN ZAVALETA II**

Al sur de Buenos Aires brindamos acceso permanente a agua entubada hasta las viviendas y drenaje, así como espacios comunitarios para el sano esparcimiento.

**FUNDACIÓN FEMSA****REDES CAR**

El programa Red de Empresas Sostenibles busca transformar productivamente en competitividad y desempeño ambiental a las cadenas de suministro conformadas por grandes proveedores y PyMEs.

**PLAZA DE LA CIUDADANÍA**

Proyecto en alianza con diversas instituciones y organismos públicos que ofrece infraestructura para el fortalecimiento de servicios que benefician a las comunidades, en temas de salud y cuidado del medio ambiente.

**MAMBRÚ NO VA A LA GUERRA, ESTE ES OTRO CUENTO**

A través de talleres y eventos culturales y artísticos se busca fortalecer la prevención en el reclutamiento de niños, niñas, adolescentes y jóvenes a grupos armados al margen de la ley en zonas impactadas por la violencia.

**PUENTES HACIA LA INSERCIÓN LABORAL**

Contribución a la recuperación de jóvenes que consumían drogas para apoyar su inserción laboral.

**BRIGADA ESKWELA**

Iniciativa que ayuda al departamento de educación a preparar a las escuelas públicas para el inicio de clases.

**CENTROS COMUNITARIOS DE APRENDIZAJE, CCAS**

Proyecto de Aulas virtuales en las que se imparten más de 86 cursos gratuitos de autoaprendizaje para comunidades vulnerables de diferentes regiones del país, como una oportunidad de desarrollo mediante herramientas de educación formal y técnica para que puedan mejorar su empleabilidad y promover el emprendimiento empresarial.

**VIGILANTES DEL AGUA**

Proyecto donde 400 estudiantes aprenden a ahorrar el recurso hídrico que promueve el uso racional del agua. Se divide en tres fases: identificación de oportunidades de ahorro de agua en las escuelas; adecuación de sus instalaciones para maximizar el uso del agua cambiando el sistema de tuberías e instalación de griferías eficientes; y capacitación de estudiantes.

**AGUA LIMPIA EN ESCUELAS**

Instalamos torres proveedoras de agua segura en escuelas rurales para reducir enfermedades y ausentismo. Proporcionamos talleres educativos en agua, salud e higiene a maestros de las escuelas, para que sean actores clave de la sostenibilidad del proyecto.

**FUNDACIÓN FEMSA**



## Abastecimiento Sostenible

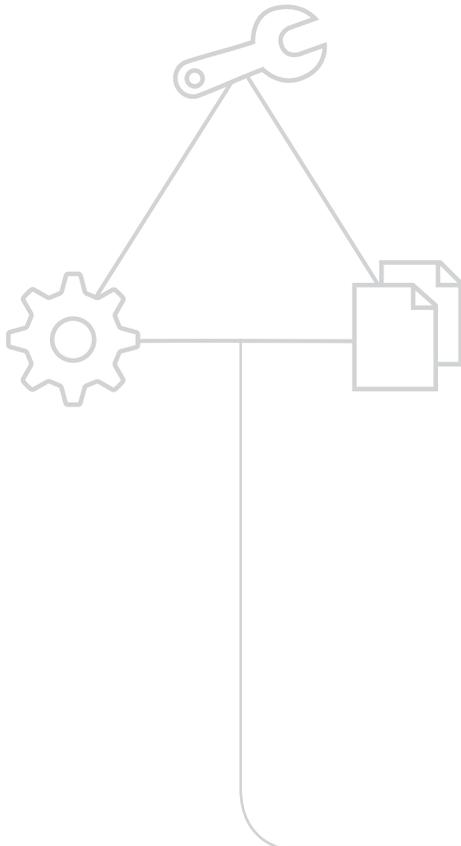
En Coca-Cola FEMSA entendemos **sostenibilidad** como la capacidad de generar las condiciones sociales, ambientales y económicas necesarias para operar hoy y crecer en el tiempo en armonía con el entorno, creando valor a largo plazo.

Por ello, el Abastecimiento Sostenible es parte fundamental de nuestro modo de operar. Esto significa que aplicamos lineamientos sociales, ambientales y éticos en los procesos de compra, selección, contratación y evaluación de todos nuestros proveedores. Pero no nos limitamos solamente a establecer condiciones, sino que también capacitamos y desarrollamos a nuestros proveedores en estos temas, al igual que los evaluamos y auditamos, para contribuir a su sostenibilidad en el futuro, ya que también buscamos la excelencia a lo largo de nuestra cadena de valor.

Con relación al cumplimiento y respeto de los derechos humanos de todas las personas con las que interactuamos, formalizamos nuestra **Declaración de Derechos Humanos**, y además, para el trato con nuestros proveedores y colaboradores, nos guiamos bajo los principios sobre derechos en el lugar de trabajo, los cuales están incluidos en nuestra **Política sobre Derechos en el Lugar de Trabajo**, en los **Principios Rectores para Proveedores** establecidos por *The Coca-Cola Company*, así como en los **Principios Guía para Proveedores** dispuestos por FEMSA.

Los **Principios Rectores para Proveedores** comunican nuestros valores, así como las expectativas de proveedores y grupos embotelladores independientes, y destacan la importancia de las prácticas responsables en el lugar de trabajo que respetan los derechos humanos y cumplen, como mínimo, las leyes laborales y de medio ambiente en el ámbito local, así como las convenciones internacionales clave. Estas leyes y reglamentaciones incluyen, entre otras, aquellas en materia de horas de trabajo, remuneración, condiciones de trabajo y derechos de los empleados a elegir si quieren ser representados por terceros y negociar convenios colectivos. Así garantizamos que todas las personas que inciden en nuestra operación reciben el trato adecuado y sus derechos son respetados.

Por otro lado, los **Principios Guía para Proveedores** garantizan que éstos operen con base en políticas, principios y prácticas de negocio responsable mediante cuatro temáticas: Derechos de Trabajo, Ambiente, Comunidad, y Ética y Valores. Con esto contribuimos a mejorar el desempeño laboral, social y ambiental de todos ellos.



## Principios Guía para Proveedores FEMSA

<b>Derechos de trabajo</b>	1.	Trabajo infantil
	2.	Trabajo forzado y libertad de movimiento
	3.	Libertad de asociación y negociación colectiva
	4.	Discriminación y acoso
	5.	Horarios de trabajo y compensación
	6.	Salud y seguridad en el trabajo
	7.	Mecanismos de denuncia
<b>Ambiente</b>	8.	Impactos y cumplimiento ambiental
<b>Comunidad</b>	9.	Desarrollo de la comunidad
<b>Ética y valores</b>	10.	Cumplimiento legal
	11.	Integridad fiscal
	12.	Anticorrupción
	13.	Lavado de dinero
	14.	Competencia justa
	15.	Conflictos de interés
	16.	Privacidad y propiedad intelectual

Para implementar con eficacia estos Principios, contamos con una guía de apoyo que está a disposición de todos nuestros proveedores de manera pública y en varios idiomas.

Queremos que todos los proveedores con los que tenemos algún tipo de relación trabajen en un entorno en donde sus derechos humanos y laborales sean respetados, pero también tenemos un compromiso de cuidar que estos mismos derechos se respeten en las comunidades y pueblos originarios de donde obtenemos insumos agrícolas, pues una cadena de suministro saludable es esencial para el bienestar de las comunidades y es crucial para el éxito de nuestro negocio.

Principios Guía para Proveedores, disponibles en:  
<http://www.coca-colacompany.com/our-company/supplier-guiding-principles/>



Compartimos con los proveedores nuestro **Código de Ética de Negocios**, con el fin de que lo suscriban y garanticen que sus operaciones están alineadas a nuestros requerimientos éticos.



Es por ello que a través de los **Principios de Agricultura Sostenible** dispuestos por *The Coca-Cola Company*, buscamos proteger el medio ambiente, defender los derechos laborales de quienes trabajan las tierras y construir comunidades sostenibles en el largo plazo, manteniendo así una cadena segura entre los proveedores de los ingredientes agrícolas que definen a nuestras marcas.

Trabajamos en acciones concretas para que la sostenibilidad en nuestra operación se cumpla a lo largo de toda la cadena, desde la interacción que tenemos con nuestros proveedores, hasta que nuestros productos terminan su vida útil; es por lo anterior que evaluamos a nuestros proveedores con las 5C's del Abastecimiento Sostenible en temas de medio ambiente, sociedad, ética y vinculación con su comunidad bajo los siguientes ámbitos: Compromiso, Comprensión, Calificación, Control y Cumplimiento, todo con el objetivo de alinear a nuestra cadena de suministro los principios y valores que rigen la operación de Coca-Cola FEMSA.

En 2015 iniciamos este proceso con 107 proveedores que fueron evaluados en derechos humanos, medio ambiente y prácticas laborales. Como resultado de esta evaluación no se encontraron impactos significativos en la cadena de valor.

Conoce los Principios de Agricultura Sostenible en:  
<http://www.coca-colacompany.com/press-center/company-statements/sustainable-agriculture-guiding-principles/>



En México, 88% de nuestros proveedores pertenecen al sector PyME (Pequeñas y Medianas Empresas); de ellos, 33 fueron auditados respecto a temas ambientales y sociales, mientras que 74 definieron un plan de acción con base en las evaluaciones y auditorías realizadas.

PAÍS	NÚMERO DE PROVEEDORES EVALUADOS				PROVEEDORES TOTALES
	PROVEEDORES EVALUADOS EN 2012	PROVEEDORES EVALUADOS EN 2013	PROVEEDORES EVALUADOS EN 2014	PROVEEDORES EVALUADOS EN 2015	
Argentina	4	12	9	5	30
Brasil	36	46	61	54	197
Colombia	3	2	21	8	34
Costa Rica	0	2	4	2	8
Guatemala	1	8	5	3	17
México	36	46	33	33	148
Nicaragua	0	1	1	0	2
Panamá	0	0	2	1	3
Venezuela	3	5	4	1	13
<b>Total</b>	<b>83</b>	<b>122</b>	<b>140</b>	<b>107</b>	<b>452</b>



NUESTRO

# PLANETA



TRABAJAMOS CON PLENO RESPETO Y CUIDADO HACIA NUESTRO PLANETA INTEGRANDO EN NUESTROS PROCESOS TECNOLOGÍA PARA EL MANEJO EFICIENTE DE LOS RECURSOS Y FOMENTANDO UNA CULTURA DE CUIDADO AMBIENTAL ENTRE NUESTROS COLABORADORES Y GRUPOS DE INTERÉS.





## NÚMEROS RELEVANTES EN 2015

# 100%

DEL AGUA UTILIZADA PARA LA PRODUCCIÓN DE BEBIDAS EN MÉXICO Y BRASIL SE REGRESA AL MEDIO AMBIENTE.

# 14.6%

DEL PET EN NUESTROS EMPAQUES ES RECICLADO Y/O DE FUENTES RENOVABLES.

# USD \$21.3

MILLONES FUE LA INVERSIÓN REALIZADA EN PROGRAMAS Y ACTIVIDADES EN FAVOR DEL MEDIO AMBIENTE.

### NUESTRO COMPROMISO

Aumentar nuestra eficiencia en uso de agua a 1.5 litros de agua por litro de bebida producida para 2020.

Proveer para 2020 el 85% de la energía en manufactura en México con energías limpias.

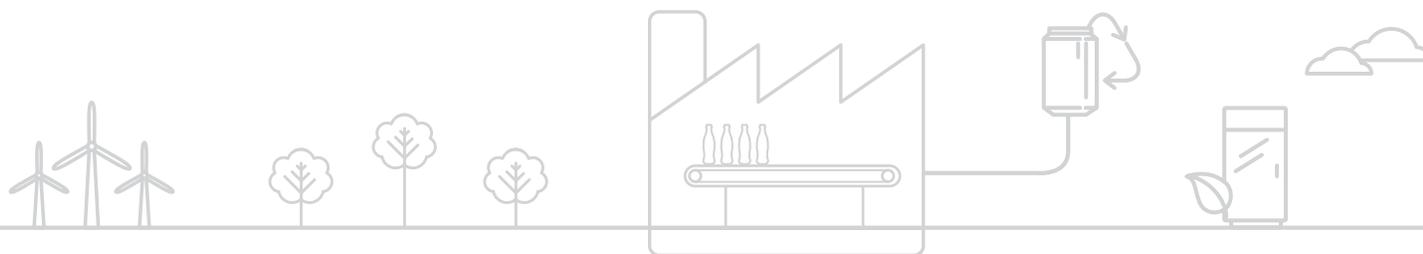
Reciclar al menos el 90% de nuestros residuos en cada una de nuestras plantas embotelladoras para 2020.

### QUE HEMOS LOGRADO

Actualmente nuestros procesos requieren 1.77 litros de agua por litro de bebida producida, una mejora del 10% en comparación con 2010.

30% de la energía que utilizamos en México proviene de fuentes de energía limpia.

Al cierre de 2015, 78% de nuestras plantas ya reciclan al menos el 90% de sus residuos.





Durante 2015 invertimos **USD \$21.3 millones** en iniciativas para mitigar los impactos de los procesos productivos en el medio ambiente.

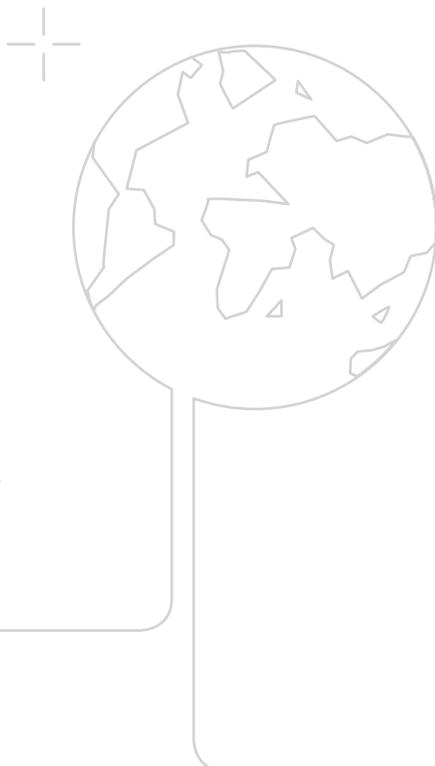
En Coca-Cola FEMSA estamos comprometidos con **Nuestro Planeta**, pues de ahí depende en gran medida la sostenibilidad de nuestro negocio. Es por ello que nos distinguimos por el manejo eficiente de los recursos en nuestros procesos, por la evolución constante en el uso de nuevas tecnologías para disminuir nuestro impacto ambiental, así como por generar programas de formación de conciencia y cuidado ambiental en todos los niveles de nuestra cadena productiva y en las comunidades en donde operamos.

Para lograr la excelencia en este ámbito nos enfocamos en tres áreas de acción: Agua, Residuos y Reciclaje, y Energía, por lo que continuamente implementamos acciones para ser más eficientes en el consumo de estos insumos, promover la gestión de residuos y el reciclaje, y lograr la sostenibilidad ambiental en nuestra cadena productiva.

Convencidos de que nuestra aportación en este tema es relevante, durante 2015 invertimos USD \$21.3 millones en iniciativas para mitigar los impactos de los procesos productivos en el medio ambiente, al igual que para hacer más eficientes y responsables nuestras operaciones.

Para potenciar nuestros esfuerzos, y lograr que tengan una mayor trascendencia, nos hemos sumado a iniciativas y compromisos de aliados estratégicos y organismos internacionales que trabajan para hacer frente a la problemática ambiental que afecta a todo el planeta.

Cumplimos cuidadosamente con los principios que *The Coca-Cola Company* ha establecido al respecto, de igual forma fomentamos y ponemos en práctica los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y participamos en el *Carbon Disclosure Project* (CDP), organismo internacional que alienta a las empresas y otras entidades a medir, divulgar y reducir el impacto de sus operaciones en el medio ambiente.



A nivel interno hemos trabajado en cumplir con procesos y certificaciones ambientales, por lo que el 97% de nuestras plantas cuentan con certificación ISO 14001, mientras que 12 de nuestras plantas en México cuentan con la certificación de Industria Limpia otorgada por la PROFEPA (Procuraduría Federal de Protección al Medio Ambiente) y 4 están en proceso de certificarse. Estas iniciativas, en conjunto con nuestras políticas y procedimientos, contribuyen a que nuestros procesos estén apegados a los más altos estándares ambientales, por lo que no recibimos multas o sanciones en materia ambiental durante 2015.



## Agua

El agua es el principal insumo para elaborar bebidas que satisfacen la necesidad de hidratación de nuestros consumidores, por ello generamos grandes compromisos para asegurarnos de que estamos haciendo uso eficiente de este recurso.

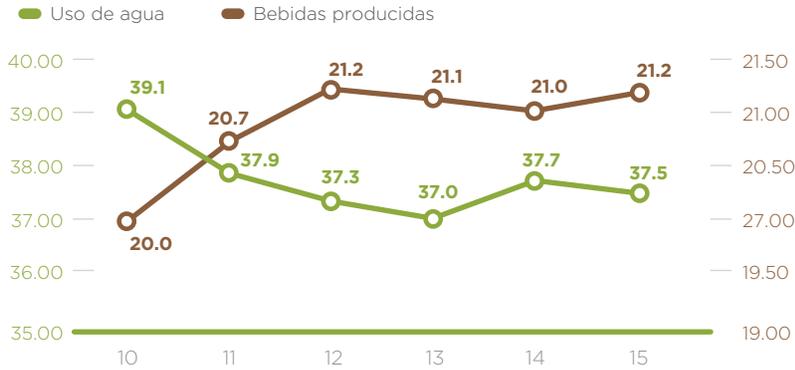
En nuestros procesos productivos hemos establecido como meta **aumentar nuestra eficiencia en el uso de agua hasta alcanzar 1.5 litros de agua por litro de bebida producida para 2020**. En 2015 utilizamos un total de 37.5 miles de millones de litros de agua para la elaboración de bebidas, lo que representó una disminución del consumo en 4% con respecto a 2010<sup>1</sup> y un aumento del 10% en eficiencia.

<sup>1</sup> Considerando de manera retroactiva todas las plantas de producción de Coca-Cola FEMSA al cierre de 2015.

Nuestra meta es **regresar al medio ambiente y a nuestras comunidades** la misma cantidad de agua utilizada para la producción de nuestras bebidas para 2020.



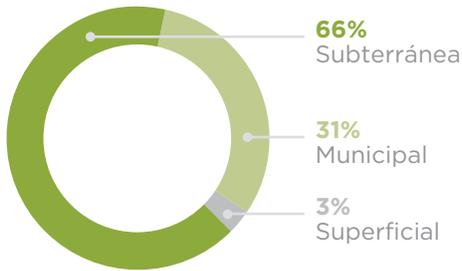
### USO DE AGUA Y BEBIDA PRODUCIDA<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Datos incluyen todas las plantas de Coca-Cola FEMSA a cierre de 2015.

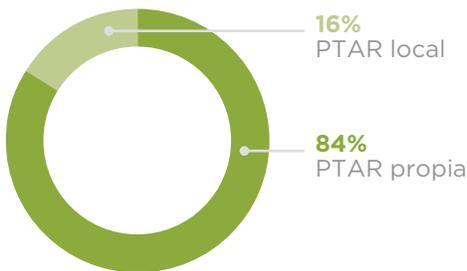


### EXTRACCIÓN DE AGUA POR FUENTES



Contamos con procesos de plantas de tratamiento de aguas residuales (PTAR) en el 100% de nuestros centros de manufactura.

### DISPOSICIÓN DE AGUA RESIDUAL



A través de nuestro programa de *Top 10 Water Saving Initiatives* buscamos aumentar la eficiencia en el consumo de agua a nivel global. Esta iniciativa se enfoca principalmente en 10 puntos:

1. Formación de un equipo de gestión del agua.
2. Elaboración de plan de acción con objetivos e indicadores de uso y consumo de agua.
3. Comunicación efectiva al personal de la planta.
4. Programa escrito de detección y eliminación de fugas de agua.
5. Optimización del uso de agua de Sistema CIP (*Clean In Place*).
6. Optimización del uso de agua de lavadoras de envase retornable.
7. Optimizar pérdidas de agua en tratamiento de agua de proceso.
8. Optimización del uso de agua en calderas, torres de enfriamiento y condensadores evaporativos.
9. Optimización el uso de agua en enjuague de envases no retornables.
10. Instalación del sistema de recuperación de agua con ultrafiltración para agua de retrolavado de filtros de arena y carbón.



De manera adicional a los proyectos de eficiencia implementados en nuestras operaciones, buscamos regresar al medio ambiente y a las comunidades la misma cantidad de agua que utilizamos para la elaboración de nuestras bebidas mediante el reabastecimiento y conservación de fuentes de agua. En nuestras operaciones de México y Brasil, que representan más del 70% de nuestra operación, regresamos más del 100% del agua a las comunidades y al medio ambiente.

## Fundación FEMSA

Además, en una colaboración entre la Alianza Latinoamericana de Fondos de Agua y *The Coca-Cola Company*, junto con otros embotelladores de Coca-Cola, trabajamos en la iniciativa **Agua por el Futuro** para asegurar que el agua usada en los procesos de las plantas en Centroamérica y Colombia se repongan a la naturaleza. Entre 2014 y 2017 Agua por el Futuro, logrará conservar 6 mil hectáreas de cuencas y reponer 6.9 millones de metros cúbicos de agua a la naturaleza.

**La Alianza Latinoamericana de Fondos de Agua**, conformada por *The Nature Conservancy*, el Banco Interamericano de Desarrollo, el Fondo para el Medio Ambiente Mundial y Fundación FEMSA, busca asegurar la sostenibilidad de las fuentes de agua de la región. A la fecha ha protegido ya 19 cuencas clave en 7 países. Conservar las fuentes de agua es esencial, ya que se encargan de filtrar el líquido y suministrarlo a algunas de las ciudades más importantes de América Latina. A través de esta Alianza, proveemos capital semilla a Fondos de Agua locales que sirven como un mecanismo transparente para la inversión, gobernanza, conservación y monitoreo de las cuencas.

Por otra parte, y con la finalidad de contribuir al cuidado de la biodiversidad, llevamos a cabo jornadas de reforestación en donde participan como voluntarios nuestros colaboradores, sus familias y otros grupos de interés.

Participamos en el Programa Nacional de Reforestación y Cosecha de Agua, el programa de conservación más importante de México, a través del cual hemos plantado más de 68.7 millones de árboles en cerca de 61 mil hectáreas desde 2008. Este programa lo realizamos en colaboración con SEMARNAT, CONAFOR, PRONATURA y la Industria Mexicana de Coca-Cola.

## Residuos y reciclaje

En Coca-Cola FEMSA una forma de evolucionar es implementando la innovación en nuestros procesos y mitigar así los impactos de nuestros empaques al medio ambiente. Esto lo hacemos a través de la reutilización de materiales que ya cumplieron con alguna función, aprovechando los insumos al máximo, mientras que trabajamos también a favor de la eficiencia económica de nuestro negocio.



Tenemos la meta de **integrar 25% de material reciclado** o renovable en nuestros empaques de PET para 2020.

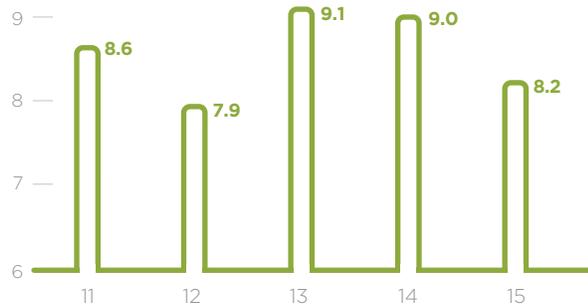




Al finalizar 2015, seis de nuestras plantas se sumaron a la iniciativa **Cero Residuos**, teniendo ahora un total de 14 centros de manufactura en el programa. De esta manera avalamos la disminución de la explotación de recursos naturales sin enviar residuos a rellenos sanitarios, mientras disminuimos emisiones de gases de efecto invernadero.

### EFICIENCIA EN RESIDUOS

● Gramos de residuos por litro de bebida producida



La eficiencia en residuos generados por bebida producida es variable, ya que al momento de adquirir nuevas operaciones la cantidad de residuos aumenta, como sucedió en 2013 con respecto a 2012; sin embargo, a partir de 2014 la tendencia ha ido a la baja gracias a las medidas tomadas para disminuir este indicador.

Reconocemos que nuestros **empaques** tienen un impacto en el medio ambiente, por esta razón realizamos investigaciones aplicadas a nuestros procesos para que los empaques sean más ligeros, con mayor porcentaje de materiales reciclados y amigables con el medio ambiente, sin perder las características requeridas para mantener nuestros productos frescos, con la calidad que nos caracteriza.

En 2015 ahorramos 3 mil 571 toneladas de PET utilizado en nuestros procesos de producción, lo que representó un ahorro de USD \$7.2 millones, debido al aligeramiento de empaques, en donde gracias a innovaciones en su diseño hemos logrado utilizar menores cantidades de PET en su producción. Adicionalmente, generamos mejoras en este rubro al integrar BioPET y PET reciclado, y a partir de 2015 integramos también la resina *Future PET* la cual tiene las mismas propiedades y calidad que la resina virgen, pero con un 25% de componentes reciclados.

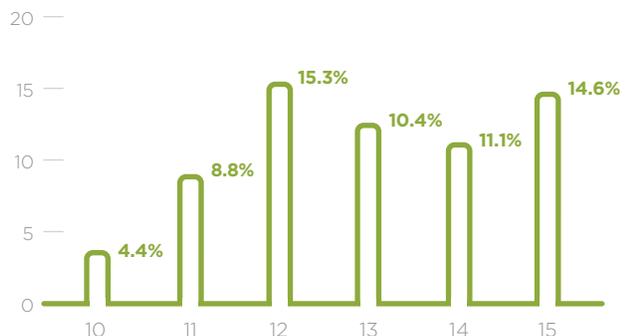
En cuanto a las latas y vidrio que utilizamos, las primeras están compuestas por hasta 90% de material reciclado, mientras que el segundo se compone de hasta 70% de material reciclado.

Todas estas acciones e innovaciones llevan consigo la finalidad de facilitar el **reciclaje** de nuestros materiales de empaque, extendiendo nuestra responsabilidad más allá de nuestra cadena de

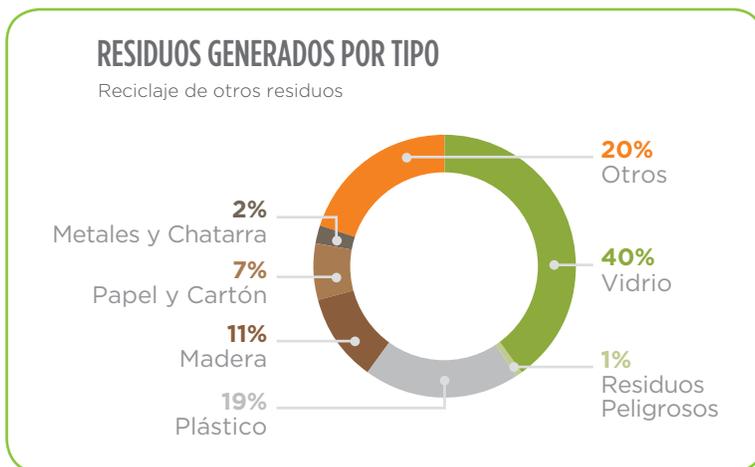


### MATERIAL DE NUESTROS EMPAQUES DE PET

● Porcentaje de material renovable o reciclado en nuestros empaques de PET



producción. En ese sentido, la planta de la Industria Mexicana de Reciclaje (IMER), se dedica al reciclaje de PET, material que posteriormente es utilizado en nuestros procesos, en donde se reciclaron 17 mil 676<sup>1</sup> toneladas durante 2015 y 143 mil acumuladas desde su apertura en 2007. Adicionalmente tenemos procesos de reciclaje en Argentina, a través de CABELMA y en Colombia mediante ENKA. En conjunto estas iniciativas nos han permitido reciclar a nivel global más de **100 mil toneladas de PET** del 2010 al 2015.



Los residuos generados en nuestras operaciones durante 2015 sumaron un total de 174 mil de toneladas, de las cuales reciclamos 163 mil, es decir, reciclamos 94% de los residuos generados. **Nuestra meta al 2020 es reciclar al menos el 90% de nuestros residuos en cada una de nuestras plantas embotelladoras. Para cierre de 2015, 78% de nuestras plantas ya cumplen con este objetivo.**

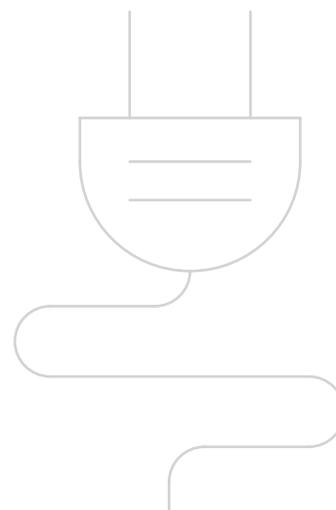
## Energía

**Nuestras metas al 2020 en energía son reducir la huella de carbono de nuestra cadena de valor en 20% y proveer el 85% de la energía en manufactura en México con energías limpias.**

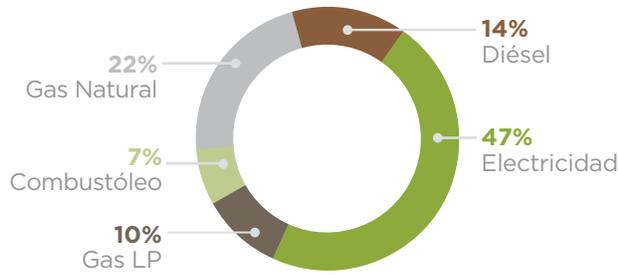
Trabajamos diariamente en un gran número de proyectos enfocados en reducir el impacto energético de nuestras operaciones en el medio ambiente. Esto lo hacemos a través de mediciones, metas de reducción de emisiones, innovación en procesos, aumento de nuestra eficiencia operativa y uso de energías limpias, a fin de contar con productos más amigables con el medio ambiente, que nos permitan ser un actor activo en la conservación de Nuestro Planeta.

En 2015 consumimos 5 mil 048 millones de mega julios de energía en nuestros procesos. En relación a nuestro consumo de electricidad, el 30% en México proviene de fuentes de energía renovables, con lo que contribuimos a mitigar nuestra huella de carbono, porcentaje que planeamos aumentar con nuestra meta 2020 en México.

<sup>1</sup> En 2014 el dato reportado para este indicador fue de 16 mil 656 toneladas recicladas en la planta IMER, pero por cuestiones de recálculo, el dato correcto para 2014 es de 19 mil 983 toneladas.



### CONSUMO DE ENERGÍA POR FUENTES



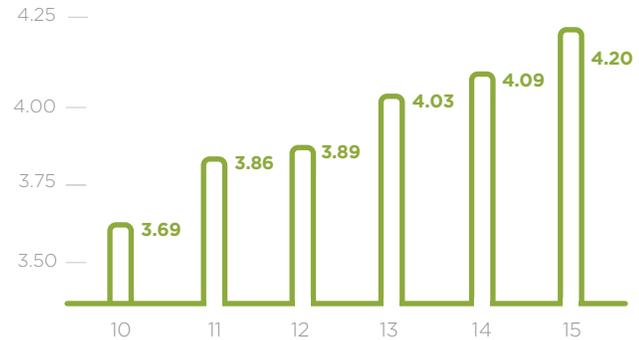
Como parte de nuestro compromiso de reducir la huella de carbono que generamos y aumentar el porcentaje de nuestro consumo proveniente de fuentes de energía renovable, en 2015 comenzamos a recibir energía del Parque Eólico Dominica II en México, con una capacidad de producción de 100 MW llegando así a un total de 30% de abasto energético por fuentes limpias en nuestras operaciones en México.

De 2010, año base de nuestra medición, a 2014, hemos logrado aumentar nuestra eficiencia en 14%.



### EFICIENCIA ENERGÉTICA

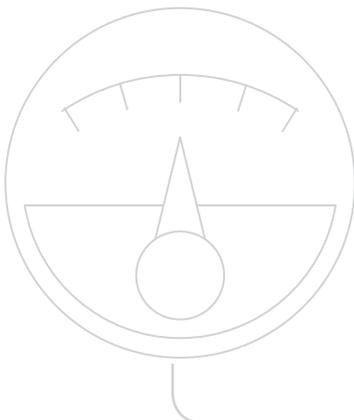
● Litros de bebidas producida por MJ consumido



Nota: se realiza ajuste en información publicada en 2014, para ese mismo año, resultado de una revisión en las operaciones de Brasil y Filipinas.

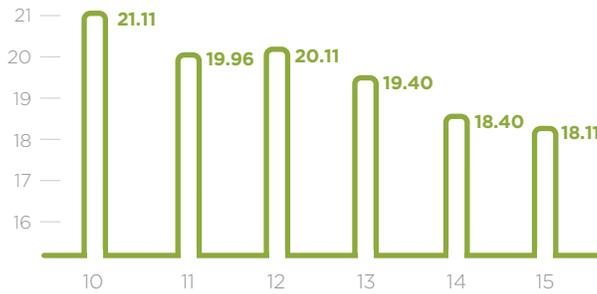
Refrendando el compromiso por transparentar nuestro desempeño ambiental, desde 2012 reportamos las emisiones de gases de efecto invernadero generadas al *Carbon Disclosure Project (CDP)*, y también al Programa Voluntario de Contabilidad y Gases de Efecto Invernadero de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) en México.

Generamos 383 mil 585 toneladas de  $CO_{2(eq)}$  en nuestros procesos de manufactura, de las cuales 43% son resultado del consumo de combustibles (alcance 1, emisiones directas) y 57% por consumo de energía eléctrica (alcance 2, emisiones indirectas). Nuestro compromiso es continuar generando iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) por litro de bebida producida. En 2015 generamos 18.11 gramos de  $CO_{2(eq)}$  por litro en manufactura, lo que representa una disminución de 14% con respecto a 2010.



### EFICIENCIA EN EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO EN MANUFACTURA

● Gramos de CO<sub>2</sub>(eq) por litro de bebida



Asimismo, nos hemos dado a la tarea de calcular las emisiones GEI de nuestra cadena de valor, en lo referente a ingredientes, empaque, manufactura, distribución y refrigeración, por lo que en 2016 estaremos reportando la información correspondiente a este tema.



INGREDIENTES



EMPAQUE



MANUFACTURA



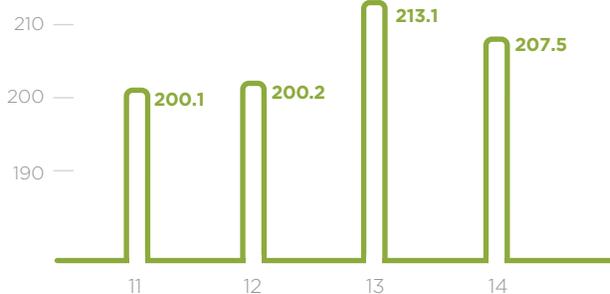
DISTRIBUCIÓN



REFRIGERACIÓN

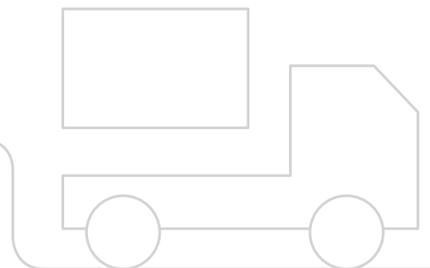
### EFICIENCIA EN EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO EN LA CADENA DE VALOR<sup>1,2</sup>

● Gramos de CO<sub>2</sub>(eq) por litro de bebida



<sup>1</sup> Datos estimados para toda la cadena de valor

<sup>2</sup> Datos de 2015 se presentarán en el siguiente informe





## Mejores Prácticas

Con el Programa de Ahorro de Energía en Centros de Distribución en México implementamos tecnología LED con un sistema de gestión y monitoreo basados en la norma ISO 50001 conectados a una plataforma que genera ahorros adicionales conforme a los hábitos y usos específicos de cada localidad. Esto permite que se mejoren los niveles de iluminación y uniformidad, contribuyendo también a propiciar un mejor ambiente laboral potencializando el rendimiento de nuestros colaboradores. Gracias a esta iniciativa se logró un ahorro promedio de 82% en consumo energético por cada uno de los ocho centros de distribución que participaron en el programa.

Para el 2020 tenemos la meta de **reducir en 20% la huella de carbono** de nuestra cadena de valor.

También, FEMSA Logística, Unidad de Negocio de FEMSA que provee a Coca-Cola FEMSA servicios de transporte, participó en el Programa Voluntario Transporte Limpio, en el que se reconoció por quinto año consecutivo el desempeño ambiental de las flotas, incluyendo el uso más eficiente del combustible, la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero y la disminución de los costos de operación de los camiones. Este programa es promovido por la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) y la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) de México.

En Imbera, Unidad de Negocio de FEMSA que produce equipos de refrigeración, continuamos con el proyecto iniciado en 2012, en donde se sustituyen los tableros eléctricos convencionales por tableros programables para el control de extractores de aire, lo que permite reducir la energía eléctrica por equipo producido. Al 2015 hemos logrado disminuir este indicador en 11%.



## Tabla de indicadores ambientales

ÁREA	INDICADOR	UNIDAD	2011	2012	2013	2014	2015
Agua	Bebida producida	Miles de millones de litros	20.7	21.2	21.0	21.0	21.2
	Consumo de agua	Miles de millones de litros	37.9	37.3	37.0	37.7	37.4
	Eficiencia en agua	Litros de agua por litro de bebida producida	1.83	1.76	1.75	1.79	1.77
	Reciclaje de agua	Porcentaje de agua residual tratada en nuestras operaciones de manufactura	100%	100%	100%	100%	100%
Residuos y reciclaje	Material renovable y/o reciclado en PET <sup>2</sup>	Porcentaje sobre el total	8.8%	15.3%	10.4%	11.1%	14.6%
	Consumo PET total <sup>1</sup>	Toneladas	234,411	263,085	292,248	288,550	338,321
	Consumo PET virgen <sup>2</sup>	Toneladas	213,862	222,871	261,998	256,567	288,872
	Consumo PET reciclado <sup>2</sup>	Toneladas	9,549	14,024	16,578	19,441	33,659
	Consumo PET BioPET <sup>2</sup>	Toneladas	11,000	26,190	13,672	12,542	15,790
	Ahorros en PET por optimización de empaques	Toneladas	7,315	3,864	2,077	3,829	3,571
	Eficiencia en residuos	Gramos por litro de bebida producida	8.6	7.9	9.1	9.0	8.2
	Residuos reciclados	Porcentaje sobre el total	87%	87%	90%	93%	94%
	Residuos generados	Miles de Toneladas	177,507	167,197	193,009	189,011	174,204
Residuos reciclados <sup>1</sup>	Miles de Toneladas	154,281	145,228	174,672	176,661	163,735	
Energía	Eficiencia en gases de efecto invernadero <sup>2</sup>	Gramos de CO <sub>2(eq)</sub> por litro de bebida en manufactura	19.96	20.11	19.40	18.90	18.11
	Eficiencia en gases de efecto invernadero	Gramos de CO <sub>2(eq)</sub> por litro de bebida en la cadena de valor	200.1	200.2	213.1	207.5	-
	Eficiencia energética <sup>2</sup>	Litros de bebida producida por mega julio	3.86	3.89	4.03	4.09	4.20
	Consumo energía total <sup>2</sup>	Millones de mega julios	5,371.5	5,450.3	5,240.9	5,146.6	5,048.4
	Consumo de energía renovable en México <sup>2</sup>	Porcentaje sobre el total de energía consumida	12%	13%	14%	26%	30%
	Emisiones de Otros Gases (NO <sub>x</sub> , COV, COP)	Porcentaje sobre las emisiones totales	Menor a 1%				

1 Se incluyen residuos peligrosos.

2 Indicadores con ajuste en cálculo en años anteriores debido a revisiones, inclusión de operaciones o actualizaciones de factores y datos.

# Gobierno CORPORATIVO



Nuestro gobierno opera bajo los valores de Coca-Cola FEMSA que son fundamentales para lograr la excelencia en evolución que buscamos en todas nuestras acciones, decisiones y estrategia. Nuestras prácticas se apegan a la legislación, estándares y políticas aplicables para los países en los que operamos.

Además cumplimos con las disposiciones sobre gobierno corporativo que establecen las leyes de las bolsas en las que estamos listados: Ley de Mercados de Valores Mexicana (Bolsa Mexicana de Valores) y *Ley Sarbanes-Oxley* de los Estados Unidos de América (*New York Stock Exchange*) y somos reconocidos como una de las empresas líderes en el cumplimiento del Código de Mejores Prácticas Corporativas establecido por el Consejo Coordinador Empresarial de México.

Dada la importancia que tiene la sostenibilidad para nuestra organización, los temas económicos, sociales y ambientales son abordados por el Consejo de Administración a través de sus Comités, tomando en cuenta las consultas con los grupos de interés a lo largo de la compañía. Asimismo, los directivos de las diferentes áreas se involucran en la ejecución de nuestra Estrategia de Sostenibilidad, la cual es liderada por la Dirección de Asuntos Corporativos, área responsable de comunicar los temas relevantes a los comités del Consejo de Administración, así como de aprobar el Informe de Sostenibilidad.

## Consejo de Administración

El Consejo de Administración es el principal órgano de gobierno de Coca-Cola FEMSA y está compuesto por 21 consejeros y 19 consejeros suplentes, los cuales son elegidos o confirmados por los accionistas, quienes toman en cuenta que su trayectoria y conocimientos sean adecuados para ejercer sus funciones dentro del consejo. La asignación se realiza de la siguiente forma:

- **Accionistas Serie A: nombran a 13 consejeros y sus suplentes.**
- **Accionistas Serie D: nombran a cinco consejeros y sus suplentes.**
- **Accionistas Serie L: nombran a tres consejeros y sus suplentes.**

El Consejo se reúne por lo menos cuatro veces al año en cumplimiento de nuestros estatutos y la información generada en estas reuniones se comunica al equipo directivo, con el fin de lograr un mayor alcance, así como conocimiento de estos temas dentro de toda la organización.

## Consejo de Administración Coca-Cola FEMSA

NOMBRE	CARGO	AÑOS COMO CONSEJERO	SUPLENTE
<b>Nombrados por los Accionistas Serie A</b>			
José Antonio Fernández Carbajal	Presidente del Consejo de Administración de Coca-Cola FEMSA y Presidente Ejecutivo del Consejo de Administración, FEMSA	23	Bárbara Garza Lagüera Gonda
Carlos Salazar Lomelín	Director General, FEMSA	16	Max Michel González
Daniel Alberto Rodríguez Cofré <sup>1</sup>	Director Corporativo y Director de Finanzas y Administración, FEMSA	1	Paulina Garza Lagüera Gonda
Javier Gerardo Astaburuaga Sanjines	Vicepresidente de Desarrollo Corporativo, FEMSA	10	Francisco José Calderón Rojas
Federico Reyes García <sup>1</sup>	Consultor Independiente	24	Alejandro Bailleres Gual
John Anthony Santa María Otazua	Director General Ejecutivo, Coca-Cola FEMSA	2	Héctor Treviño Gutiérrez
Mariana Garza Lagüera Gonda	Inversionista Privado	7	Alfonso Garza Garza
Ricardo Guajardo Touché <sup>1</sup>	Presidente del Consejo de Administración, SOLFI, S.A.	23	Eduardo Padilla Silva
Alfonso González Migoya <sup>*2</sup>	Presidente del Consejo, Controladora Vuela Compañía de Aviación, S.A.B. de C.V. (Volaris)	10	Ernesto Cruz Velázquez de León <sup>2</sup>
Enrique F. Senior Hernández <sup>*1</sup>	Director de Administración, Allen & Company, LLC.	12	Herbert Allen III
Alfredo Livas Cantú <sup>*3</sup>	Presidente, Praxis Financiera, S.C.	2	Jaime El Koury
Daniel Servitje Montull <sup>*3</sup>	Director del Consejo y Director General, Grupo Bimbo	18	Sergio Deschamps Ebergenyi
José Luis Cutrale	Director General, Sucrocitrico Cutrale, Ltda.	12	José Luis Cutrale, Jr
<b>Nombrados por los Accionistas Serie D</b>			
Gary Fayard	Jubilado en mayo de 2014 como Vicepresidente Ejecutivo y Director de Finanzas y Administración, <i>The Coca-Cola Company</i>	13	Wendy Clark
Irial Finan <sup>1</sup>	Vicepresidente Ejecutivo y Presidente de Inversiones en Embotelladores y Cadena de Suministro, <i>The Coca-Cola Company</i>	12	Sunil Ghatnekar
Charles H. McTier <sup>*2</sup>	Administrador, Fundación Robert W. Woodruff	18	-
Kathy Waller	Vicepresidente Ejecutivo y Director Financiero, <i>The Coca-Cola Company</i>	1	Gloria Bowden
Eva María Garza Lagüera Gonda	Inversionista Privado	1	Luis Rubio Freidberg
<b>Nombrados por los Accionistas Serie L</b>			
Herman Harris Fleishman Cahn <sup>*</sup>	Presidente del Consejo, Grupo Tampico S.A. de C.V.	4	Robert A. Fleishman Cahn
José Manuel Canal Hernando <sup>*2</sup>	Consultor Privado	13	-
Francisco Zambrano Rodríguez <sup>*2</sup>	Director General, Verterrak, S.A.P. de C.V. y Vicepresidente del Consejo, Desarrollos Inmobiliarios y de Valores, S.A. de C.V. (DIV)	13	Karl Frei Buechi <sup>3</sup>
<b>Secretario</b>			
Carlos Eduardo Aldrete Ancira	Director Legal, FEMSA	23	Carlos Luis Díaz Sáenz

\* Consejero independiente

1 Miembro del Comité de Planeación y Finanzas

2 Miembro del Comité de Auditoría

3 Miembro del Comité de Prácticas Societarias

## Directores Ejecutivos Coca-Cola FEMSA

**John Anthony Santa Maria Otazua**

Director General Ejecutivo

**Héctor Treviño Gutiérrez**

Director de Administración y Finanzas

**Raymundo Yutani Vela**

Director de Recursos Humanos

**Ernesto Javier Silva Almaguer**

Director de División México

**Alejandro Javier Duncan Ancira**

Director de Cadena de Suministro e Ingeniería

**José Ramón de Jesús Martínez Alonso**

Director de División Brasil

**Francisco Suárez Hernández**

Director de Asuntos Corporativos

**Washington Fabricio Ponce García**

Director de División Asia

**Tanya Cecilia Avellán Pinoargote**

Director de Planeación Estratégica, Tecnología y Desarrollo Comercial

**Rafael Alberto Suárez Olaguibel**

Director de División Latinoamérica

**Eduardo Guillermo Hernández Peña**

Director de Nuevos Negocios

DIRECCIÓN	PARTICIPACIÓN EN LA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD
Dirección General	Supervisar y asegurar el cumplimiento de la Estrategia de Sostenibilidad
Dirección de Asuntos Corporativos	Responsable de la Estrategia de Sostenibilidad y de Nuestra Comunidad
Dirección de Recursos Humanos	Responsable de Nuestra Gente en la Estrategia de Sostenibilidad
Dirección de Administración y Finanzas	Responsable de aspectos financieros y de Abastecimiento Sostenible
Dirección de Cadena de Suministro e Ingeniería	Responsable de Nuestro Planeta en la Estrategia de Sostenibilidad
Dirección de Planeación Estratégica, Tecnología y Desarrollo Comercial	Integración de la Estrategia de Sostenibilidad a Planes de Negocio
Direcciones de División	Implementación y ejecución de la Estrategia de Sostenibilidad

Para garantizar la correcta y adecuada toma de decisiones y de acuerdo con las leyes de los mercados de valores a los que reportamos, contamos con comités que apoyan la gestión de la compañía en temas tales como evaluación de riesgos; control interno; auditorías internas y externas; informes financieros; cumplimiento de la normatividad, aspectos legales y contingencias; código de conducta; y aspectos administrativos.

Los Directores Ejecutivos cuentan con un plan de prestaciones otorgado bajo la misma base que el resto de los colaboradores; su compensación económica está determinada por un monto fijo y uno variable, éste último calculado con la metodología EVA (*Economic Value Added*, por sus siglas en inglés), el cual combina objetivos de desempeño cuantitativos y cualitativos, que entre otros aspectos, considera temas de sostenibilidad.

### Comité de Finanzas y Planeación

El plan estratégico y financiero anual y de largo plazo son responsabilidad de este comité, quien entre otras funciones, determina la estructura de capital óptima de la compañía, la emisión de acciones y/o deuda, y revisa los posibles riesgos financieros.

## Comité de Auditoría

La integridad de la información financiera de la compañía recae en este comité, conformado por consejeros independientes de acuerdo con las leyes del mercado de valores de México y Estados Unidos. Es responsable de revisar la confiabilidad e integridad de la información financiera trimestral y anual; del nombramiento, compensación, retención y supervisión de los auditores independientes; asimismo, reciben quejas o aclaraciones, confidenciales o anónimas, referentes a asuntos contables internos o de auditoría.

## Comité de Prácticas Societarias

Al igual que el Comité de Auditoría, este comité también está integrado por consejeros independientes, cuya función consiste en mitigar los riesgos de operaciones que pudieran dañar el valor de la compañía o beneficiar a algún grupo de accionistas en particular. De igual manera, es sobre quien recae la aprobación de transacciones con partes relacionadas, así como del plan de compensación del Director General y otros directivos relevantes.

Al mismo tiempo, nuestro Código de Ética establece en su apartado diez, la postura de la compañía sobre situaciones en donde se pudiera presentar conflicto de intereses en las relaciones que mantiene Coca-Cola FEMSA con las personas y entidades con las que tiene incidencia.

## Manejo de Riesgos

Estar preparados para gestionar los riesgos que se pueden presentar en el entorno global en el que operamos es de vital importancia para nuestro negocio. Para atenderlos contamos con un proceso integral de gestión de riesgos en nuestra compañía, a la vez que nos apoyamos en la metodología MIRC (Programa de Manejo de Incidentes y Resolución de Crisis), a través de la cual atendemos incidentes para mitigarlos oportunamente.

Algunos de los riesgos que hemos identificado en Coca-Cola FEMSA son:

- Cambios en las preferencias de los consumidores y preocupaciones públicas relacionadas con temas de salud pueden reducir la demanda de algunos de nuestros productos.
- La competencia puede influir adversamente en nuestro desempeño financiero.
- El déficit de agua o fallas en mantener nuestras concesiones actuales pueden afectar nuestro negocio.
- El incremento de precio de las materias primas que utilizamos puede influir en el costo de producción.
- Los impuestos y regulaciones de las regiones en donde tenemos presencia pueden afectar nuestro negocio.
- Condiciones climáticas adversas pueden afectar nuestros resultados.
- Existe la posibilidad de no lograr con éxito la integración de nuevas adquisiciones, lo que podría afectar nuestra eficiencia operativa.
- Eventos políticos y sociales en los países donde operamos pueden afectar nuestras operaciones.

## Ética

Actuar con integridad y apego a principios éticos es tan importante para nosotros, que no solamente está reflejado en el Código de Ética de Negocios de Coca-Cola FEMSA, sino que también es uno de nuestros cinco Valores organizacionales, y es un valor fundamental que fomentamos en las comunidades en donde operamos a través programas que promueven la cultura de la legalidad.



Todas nuestras operaciones están regidas bajo normas claramente establecidas en nuestro Código de Ética, el cual provee de forma explícita los comportamientos que esperamos de nuestros colaboradores con la relación que se tiene con terceras partes.

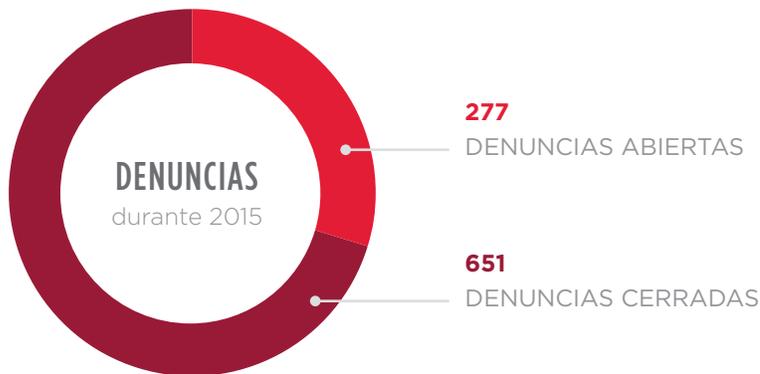
El documento está disponible para todos nuestros grupos de interés en nuestra página web en tres idiomas, español, inglés y portugués. Algunos de los temas abordados corresponden a la postura de la empresa en la relación con nuestros clientes, proveedores, competencia, autoridades y comunidad; así como también sobre la corrupción, publicidad y mercadotecnia, seguridad y salud en el trabajo, conflicto de intereses y manejo de la información.

Los colaboradores de todos los niveles organizacionales refrendan anualmente una declaración de cumplimiento al Código de Ética. Para asegurar su correcta difusión y conocimiento, en 2015 impartimos 40 mil 390 horas de capacitación en el Código de Ética, de las cuales 71% estuvieron relacionadas con temas de derechos humanos, 24% con ética y corrupción, y 5% con cultura de la legalidad.

La forma en la que tanto los colaboradores, como nuestros proveedores, pueden interponer alguna denuncia relacionada con el incumplimiento al Código de Ética o de prácticas que atenten contra los derechos humanos, tales como el trabajo infantil, trabajo forzado o impedimento en la libertad de asociación es a través de un sistema de denuncias conocido como DILO, que cuenta con diferentes canales de comunicación - línea telefónica, correo electrónico y mensajería instantánea - para poder hacer llegar confidencialmente sus inquietudes o casos al área de Recursos Humanos, responsable de su seguimiento y resolución.

En Coca-Cola FEMSA no realizamos aportaciones a partidos políticos, lo cual se establece claramente en nuestro Código de Ética, asimismo, durante 2015 no recibimos demandas por competencia desleal, prácticas de monopolio o contra la libre competencia. No recibimos reclamación por la violación a la privacidad o fuga de datos de clientes en ninguno de los diez países en donde tenemos operaciones.

En 2015 recibimos 928 denuncias, de las cuales 277 todavía se encuentran abiertas y 651 fueron cerradas. No recibimos denuncias relacionadas con trabajo infantil, trabajo forzado y libertad de asociación. De las denuncias reportadas, 2% correspondieron a temas de información financiera, 20% de operación y 78% asuntos relacionados con recursos humanos.



### Participación empresarial de Coca-Cola FEMSA

Participamos activamente en asociaciones y organismos promotores de la sostenibilidad, en donde buscamos adquirir mejores prácticas y contribuir con nuestra experiencia como miembros de la iniciativa privada.

Argentina	Asociación de Fabricantes Argentinos de Coca-Cola (AFACC) <sup>1</sup>
	Cámara Argentina de la Industria de Bebidas sin Alcohol (CADIBSA) <sup>1</sup>
	Cámara de Comercio Argentino Mexicana <sup>1</sup>
	Coordinadora de las Industrias de Productos Alimenticios (COPAL)
Brasil	<i>Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas Não Alcoólicas (ABIR)</i> <sup>1</sup>
	<i>Associação Brasileira de Indústria de Água Mineral (ABINAN/SINDNAN)</i> <sup>1</sup>
	<i>Associação Brasileira dos Anunciantes (ABA)</i>
	<i>Associação Internacional Voltada para o Marketing no Varejo (POPAl)</i>
	<i>Associação Paulista de Supermercado (APAS)</i> <sup>1</sup>
	<i>Câmara Mexicana de Comércio</i> <sup>1</sup>
	<i>Compromiso Empresarial para a Reciclagem (CEMPRE)</i>
<i>Sindicato das Indústrias de Bebidas do Estado do Paraná (Sindibebidas)</i> <sup>1</sup>	
Colombia	Asociación de Industriales de Tocancipá (ASIENORTE)
	Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI)
	Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO), Bogotá
Costa Rica	<i>American Chamber (AMCHAM) Costa Rica</i>
	Asociación de Empresarios para el Desarrollo (AED)
	Cámara Comercio Costa Rica México
	Cámara Costarricense de Industria Alimentaria (CACIA)
	Cámara Industrias Costa Rica
Filipinas	Unión Costarricense de Cámaras y Asociación Sector Empresarial (UCCAEP)
	<i>Beverage Industry Association of the Philippines</i> <sup>1</sup>

Guatemala	American Chamber (AMCHAM) Guatemala
	Cámara Comercio de Guatemala
	Cámara Comercio e Industrias Guatemala México
	Cámara Industrias de Guatemala
	Gremial de Alimentos de Guatemala
	Gremial de Embotelladores de Guatemala <sup>1</sup>
	Asociación de Embotelladores Coca-Cola (ASCOCA) <sup>1</sup>
	Asociación Nacional de Productores de Refrescos y Aguas (ANPRAC)
	Cámara de la Industria de la Transformación (CANACINTRA)
	Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)
México	Comisión de Estudios para el Desarrollo Sustentable del Consejo Coordinador Empresarial (CESPEDES) <sup>1</sup>
	Confederación de Cámaras Industriales (CONCAMIN) <sup>1</sup>
	Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEEX) <sup>1</sup>
	Consejo Coordinador Empresarial (CCE)
	Consejo Mexicano de la Industria de Productos de Consumo (CONMEXICO) <sup>1</sup>
	Ecología y Compromiso Empresarial, A.C. (ECOCE) <sup>1</sup>
	Fondo Mexicano para la Conservación de la Naturaleza (FMCN) <sup>1</sup>
	Iniciativa GEMI (Global Environmental Management Initiative)
	World Environment Center (WEC) <sup>1</sup>
	Nicaragua
Cámara Comercio Nicaragua <sup>1</sup>	
Cámara Comercio Nicaragua México	
Cámara Industrias Nicaragua	
Panamá	Cámara Comercio e Industria Panamá México
	Cámara Comercio Panamá
	Sindicato de Industriales de Panamá
Venezuela	Asociación de Industriales y Comerciantes de los Cortijos y los Ruices (ASICOR)
	Asociación Nacional de Bebidas Refrescantes (ANBER) <sup>1</sup>
	Cámara de Comercio e Industria Venezolana Mexicana (CAVEMEX) <sup>1</sup>
	Cámara Venezolana Americana de Comercio e Industria (Venancham)
	Cámara Venezolana de la Industria de Alimentos (CAVIDEA) <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Asociaciones en las que participamos en el órgano de gobierno



# Acerca de NUESTRO INFORME

En Coca-Cola FEMSA, S.A.B. de C.V., con sede en la ciudad de México, presentamos nuestro Informe de Sostenibilidad 2015 en su octava edición anual, documento apegado a los lineamientos del *Global Reporting Initiative (GRI)* en su versión G4, dando cumplimiento a la conformidad Esencial, así como a los indicadores del Suplemento Sectorial para el Sector Procesador de Alimentos de la misma guía.

La información reportada corresponde al periodo del 1º de enero al 31 de diciembre de 2015, e incluye datos de todos los países en donde se tienen operaciones: Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Filipinas, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá y Venezuela. Los datos de Filipinas se reportan debido a que Coca-Cola FEMSA tiene participación mayoritaria en la operación.

Durante el periodo de tiempo que comprende el Informe no se presentaron cambios significativos en la organización, y en lo referente a la presentación de datos, se reformularon los cálculos de algunos indicadores de Nuestro Planeta debido a la incorporación de nuevas adquisiciones; a lo largo del documento se señalan puntualmente los casos en que existe variación en los números presentados en años anteriores.

El alcance del documento se limita a nuestras operaciones y no comprende información de los siguientes casos: negocios conjuntos; en donde se cuenta con participación minoritaria; operaciones adquiridas en un periodo menor a un año; operaciones de proveedores o entidades externas a nuestra empresa. El tipo de cambio considerado para las inversiones en moneda local fue el promedio de enero a diciembre de 2015.

Este Informe complementa la Comunicación Sobre el Progreso (COP) del Pacto Mundial de las Naciones Unidas presentada por FEMSA para su reporte de 2015.

La firma Deloitte realizó la verificación externa para 65 de los indicadores presentados con el Enfoque de Gestión de Proveedores. El desarrollo del documento fue llevado a cabo por Allant Consultores, el contenido gráfico por DR. Generador Estudio Gráfico. El diseño del logotipo Excelencia en Evolución fue desarrollado por Signi.

## Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas

ÁREA	PRINCIPIO	DESCRIPCIÓN
Derechos Humanos	1	Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos internacionalmente; y
	2	asegurarse de que no son cómplices en abuso a los derechos humanos.
Trabajo	3	Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva;
	4	la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio;
	5	la abolición efectiva del trabajo infantil; y
	6	la eliminación de la discriminación en materia de empleo y ocupación.
Medio Ambiente	7	Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente;
	8	emprender iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental; y
	9	fomentar el desarrollo y difusión de tecnologías amigables con el medio ambiente.
Anticorrupción	10	Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

## Distinciones y reconocimientos

En 2015 recibimos diversas distinciones, premios y reconocimientos en materia de sostenibilidad en los 10 países en donde tenemos presencia, no solo sobre nuestra empresa o nuestro negocio, sino también sobre los proyectos que llevamos a cabo en toda la compañía.

Sobre las distinciones destaca nuestra participación por tercer año consecutivo en el **Índice de Mercados Emergentes** del *Dow Jones Sustainability Index* y la inclusión de Coca-Cola FEMSA, como única empresa mexicana, en el **Anuario de Sostenibilidad 2015** de *RobecoSAM*, organismo que también nos reconoció como *Industry Mover 2015*.

En diciembre de este mismo año, *Euronext Vigeo - Emerging 70* nos incluyó en su índice, el cual distingue a las empresas que cuentan con el mejor desempeño ambiental, social y de gobierno corporativo en mercados emergentes.

Nos destacamos por estar entre las empresas que lideran el IPC Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores, del cual formamos parte por quinto año consecutivo.

El **Premio Eikon de Plata** en la categoría de relaciones con la comunidad otorgado por la Revista Imagen de Argentina, **Empresa Incluyente** de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social de México y el **Premio Nacional de Responsabilidad Social** que brinda Comfamiliar Huila en Colombia, fueron algunos de los reconocimientos más sobresalientes para Coca-Cola FEMSA durante 2015.

Por onceavo año consecutivo obtuvimos el distintivo **Empresa Socialmente Responsable** que otorga el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI). Además, varios Ministerios de Educación de los países de Centroamérica donde operamos premiaron nuestro proyecto **Hora de Moverse**, mientras que *American Nicaraguan Foundation* (ANF) premió la iniciativa **Un Plato, Una Sonrisa**.

MEMBER OF

**Dow Jones  
Sustainability Indices**

In Collaboration with RobecoSAM



**ROBECOSAM**  
Sustainability Award  
Industry Mover 2015



# Índice

## GRI-G4

G4	PÁGINA	DESCRIPCIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA
<b>Estrategia y análisis</b>			
G4-1	2	Declaración del Presidente del Consejo de Administración, Director General o equivalente.	
G4-2	66	Impactos, riesgos y oportunidades.	✓
<b>Perfil de la organización</b>			
G4-3	69	Nombre de la organización.	
G4-4	11	Marcas, productos y/o servicios.	✓
G4-5	69	Sede de la organización.	
G4-6	69	Países donde hay operaciones.	
G4-7	69	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	
G4-8	6, Presencia	Mercados servidos (con desglose geográfico, sectores que atiende y tipos de clientes).	
G4-9	14	Dimensiones de la organización (número de empleados, de operaciones, ventas o ingresos netos y cantidad de productos o servicios que ofrecen).	
G4-10	22	Número de empleados por contrato y género.	
G4-11	22	Empleados cubiertos por convenio colectivo.	
G4-12	4	Cadena de suministro de la organización.	✓
G4-13	69	Cambios significativos durante el periodo cubierto.	
<b>Participación en iniciativas externas</b>			
G4-14	14, 66	Principio de precaución.	
G4-15	51	Programas e iniciativas sociales, ambientales y económicas adoptadas.	
G4-16	68	Asociaciones a las que pertenece la organización.	✓
<b>Aspectos materiales y cobertura</b>			
G4-17	14	Entidades que figuran (o ya no) en los estados financieros y equivalentes.	
G4-18	16	Definición del proceso del contenido de la memoria.	
G4-19	16	Listado de aspectos materiales.	
G4-20	16, 51, 69	Cobertura / Limitaciones en alcance o cobertura / Inclusión de información en caso de negocios conjuntos.	
G4-21	16, 51, 69	Cobertura / Limitaciones en alcance o cobertura / Inclusión de información fuera de la organización.	
G4-22	69	Efectos por la reformulación de información de informes anteriores.	
G4-23	69	Cambios significativos en alcance y cobertura relativos a periodos anteriores.	
<b>Participación de los grupos de interés</b>			
G4-24	21	Listado grupos de interés.	✓
G4-25	21	Elección de grupos de interés.	✓
G4-26	21	Participación con grupos de interés y frecuencia en la elaboración de la memoria.	✓
G4-27	21	Temas surgidos de grupos de interés.	
<b>Perfil de la memoria</b>			
G4-28	69	Periodo cubierto por la memoria.	
G4-29	69	Fecha del último informe.	
G4-30	69	Ciclo de presentación de informes (anual, bienal).	
G4-31	81	Contacto para información sobre la memoria.	
<b>Índice GRI</b>			
G4-32	69, 71	Índice de contenidos y opción de conformidad: esencial o exhaustiva.	
G4-33	78	Políticas y prácticas con respecto a la verificación externa de la memoria.	

G4	PÁGINA	DESCRIPCIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA
<b>Gobierno</b>			
G4-34	62	Estructura y Comités del gobierno corporativo, incluso para temas sociales, económicos y ambientales.	✓
G4-35	62	Proceso del órgano superior de gobierno para delegar su autoridad a la alta dirección y empleados en cuestiones económicas, sociales y ambientales.	✓
G4-36	62	Cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales.	✓
G4-37	21, 62	Proceso de consulta de los grupos de interés y el órgano superior de gobierno sobre cuestiones económicas, sociales y ambientales.	✓
G4-38	62	Composición del Gobierno Corporativo (comités).	✓
G4-39	62	Indicar si quien ocupa el órgano superior de gobierno también tiene un puesto ejecutivo, describir sus funciones y la razón de esta disposición.	✓
G4-40	62	Nombramiento y selección del órgano superior de gobierno y sus comités.	
G4-41	62	Procesos de prevención y gestión de conflicto de interés, indicar si éstos se comunican a los grupos de interés.	
<b>Papel del órgano superior de gobierno en el establecimiento de propósitos, valores y estrategia de la organización</b>			
G4-42	62	Funciones del Gobierno Corporativo y alta dirección en desarrollo, aprobación y actualización del propósito, valores o declaraciones de misión, estrategias, políticas y objetivos relativos a los impactos económicos, sociales y ambientales de la organización.	✓
<b>Evaluación de las competencias y el desempeño del órgano superior de gobierno</b>			
G4-43	62	Medidas que se hayan adoptado para el conocimiento colectivo del órgano superior de gobierno con relación a los asuntos económicos, sociales y ambientales.	
G4-44	62	Evaluación y medidas tomadas del desempeño del máximo órgano de gobierno con relación a los temas económicos, sociales y ambientales. Indicar si la evaluación es independiente o autoevaluación y su frecuencia	
<b>Funciones del órgano superior de gobierno en la gestión del riesgo</b>			
G4-45	62	Identificación y gestión de impactos, riesgos y oportunidades. Indicar si se hacen consultas a los grupos de interés al respecto.	
G4-46	62	Función del órgano superior de gobierno en análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo.	
G4-47	62	Frecuencia con la que el órgano superior de gobierno analiza riesgos y oportunidades.	✓
<b>Función del órgano superior de gobierno en la elaboración de la memoria de sostenibilidad</b>			
G4-48	62	Comité o cargo de mayor importancia que aprueba la memoria de sostenibilidad.	✓
<b>Funciones del órgano superior de gobierno en la evaluación del desempeño económico, social y ambiental</b>			
G4-49	62	Comunicación de asuntos importantes al órgano superior de gobierno.	
G4-50	No se reporta	Naturaleza y número de preocupaciones que se transmitieron al órgano superior de gobierno, mecanismos para abordarlas y evaluarlas.	
<b>Retribución e incentivos</b>			
G4-51	62	Políticas de remuneración para el órgano superior de gobierno y alta dirección.	
G4-52	32, 62	Procesos mediante los cuales se determina la remuneración.	
G4-53	No se reporta	Cómo se solicita y se tiene en cuenta la opinión de los grupos de interés en cuanto a retribución.	
G4-54	No se reporta	Relación entre la persona mejor pagada con la retribución total anual media de toda la plantilla sin contar a la mejor pagada, esto de cada país.	
G4-55	No se reporta	Relación entre el incremento porcentual de la persona mejor pagada con el incremento porcentual de la retribución total anual media de toda la plantilla	
<b>Ética e integridad</b>			
G4-56	27, 66	Valores, principios, estándares y normas de la organización (código de conducta, código de ética...).	
G4-57	66	Mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita.	
G4-58	66	Mecanismos internos y externos de denuncias de conductas poco éticas o ilícitas.	
<b>Información Sobre el Enfoque de Gestión</b>			
G4-DMA	46	Gestión de Proveedores	✓

## Indicadores de Desempeño

G4	PÁGINA	DESCRIPCIÓN	OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS
<b>Desempeño Económico</b>					
G4-EC1	14	Valor económico directo generado y distribuido.			
G4-EC2	51	Consecuencias económicas, riesgos y oportunidades para la organización debido al cambio climático.			7
G4-EC3	32	Plan de prestaciones.			
G4-EC4	No se reporta	Ayudas económicas otorgadas por gobiernos.	No se recibieron ayudas por gobiernos		
G4-EC5	No se reporta	Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares con operaciones significativas.	Información confidencial		1
G4-EC6	34	Porcentaje de contratación local de altos directivos.			
<b>Consecuencias económicas indirectas</b>					
G4-EC7	8	Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructura y servicios.		✓	
G4-EC8	51	Impactos económicos indirectos.		✓	
<b>Prácticas de adquisición</b>					
G4-EC9	No se reporta	Porcentaje de gasto en proveedores locales.	Información confidencial		
<b>Desempeño Ambiental</b>					
<b>Materiales</b>					
G4-EN1	55	Materiales utilizados por peso y volumen.		✓	
G4-EN2	55	Porcentaje de materiales utilizados que son reciclados.		✓	7 y 8
<b>Energía</b>					
G4-EN3	57	Consumo energético interno.		✓	8
G4-EN4	57	Consumo energético externo.		✓	8
G4-EN5	57	Intensidad energética.		✓	
G4-EN6	57	Reducción del consumo energético.		✓	8
G4-EN7	57	Reducciones de requisitos energéticos de productos y servicios.		✓	8 y 9
<b>Agua</b>					
G4-EN8	53	Captación total de agua por fuentes.		✓	7 y 8
G4-EN9	53	Fuentes de agua afectadas por captación.			
G4-EN10	53	Porcentaje de agua reciclada y reutilizada.		✓	8 y 9
<b>Biodiversidad</b>					
G4-EN11	42	Instalaciones que contengan o estén ubicadas en áreas protegidas o de gran valor para la biodiversidad.			
G4-EN12	42	Impactos en biodiversidad derivados de las actividades, productos y servicios.			
G4-EN13	42	Protección o restauración de hábitats.			7 y 8
G4-EN14	42	Especies y hábitats afectados según el nivel de peligro de extinción de la especie.			
<b>Emisiones</b>					
G4-EN15	57	Emisiones directas de GEI (alcance 1).		✓	8
G4-EN16	57	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2).		✓	8
G4-EN17	57	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3).		✓	8
G4-EN18	57	Intensidad de las emisiones de GEI.		✓	8 y 9
G4-EN19	57	Reducción de las emisiones de GEI.		✓	7 y 8
G4-EN20	61	Emisiones de sustancias que agotan el ozono.			

G4	PÁGINA	DESCRIPCIÓN	OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS
G4-EN21	61	NOx, SOx, y otras emisiones atmosféricas significativas.		✓	
<b>Efluentes y residuos</b>					
G4-EN22	53	Vertimiento total de aguas según su calidad y destino.		✓	
G4-EN23	55	Peso total de residuos según tipo y método de tratamiento.		✓	8
G4-EN24	No se reporta	Número y volumen de derrames significativos.	No hubo derrames		8
G4-EN25	55	Peso de residuos peligrosos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos (anexos I, II, III y VIII Convenio de Basilea).			
G4-EN26	53	Recursos hídricos y hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos y escorrentía.			8
<b>Productos y servicios</b>					
G4-EN27	51, 55	Mitigación de impacto ambiental de productos y servicios.			7
G4-EN28	55	Recuperación de materiales de embalaje al final de su vida útil.			8
<b>Cumplimiento regulatorio</b>					
G4-EN29	51	Multas por incumplimiento de la normativa ambiental.			8
<b>Transporte</b>					
G4-EN30	57	Impactos ambientales por el transporte de productos, materiales y personal.			7 y 8
<b>General</b>					
G4-EN31	51	Gastos e inversiones ambientales.		✓	
<b>Evaluación ambiental de los proveedores</b>					
G4-EN32	46	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales.		✓	
G4-EN33	46	Impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales en la cadena de suministro y medidas al respecto.		✓	7 y 8
<b>Mecanismos de reclamación ambiental</b>					
G4-EN34	No se reporta	Número de reclamaciones ambientales presentadas, abordadas y resueltas.	No hubo reclamaciones		8
<b>Prácticas Laborales y Trabajo Digno</b>					
<b>Empleo</b>					
G4-LA1	22	Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosado por grupo etario, edad, sexo y región.		✓	
G4-LA2	32	Prestaciones a empleados de jornada completa que no se ofrecen a empleados temporales o de media jornada.			6
G4-LA3	35	Reincorporación al trabajo y retención por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.			
<b>Relaciones entre los trabajadores y la dirección</b>					
G4-LA4	32	Preaviso de cambios organizacionales y especificación en convenios colectivos.			1 y 3
<b>Salud y seguridad en el trabajo</b>					
G4-LA5	33	Porcentaje de trabajadores en comités de salud y seguridad.			3
G4-LA6	34	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y sexo.		✓	1

G4	PÁGINA	DESCRIPCIÓN	OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS
G4-LA7	No se reporta	Trabajadores cuya profesión tiene incidencia o riesgo elevado de enfermedad.	Información confidencial	✓	
G4-LA8	33	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.			
<b>Capacitación y educación</b>					
G4-LA9	34	Promedio de horas de capacitación anual por empleado, desglosado por sexo y categoría laboral.		✓	1
G4-LA10	31	Programas de gestión de habilidades y formación continua.		✓	
G4-LA11	32	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares de desempeño y desarrollo profesional, desglosado por sexo y categoría profesional.			
<b>Diversidad e igualdad de oportunidades</b>					
G4-LA12	28	Composición de los órganos de gobierno y desglose de plantilla por categoría profesional, sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.		✓	
<b>Igualdad de retribución entre hombres y mujeres</b>					
G4-LA13	32	Relación de salario base de hombres con respecto al de mujeres, por categoría profesional.			1 y 6
<b>Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores</b>					
G4-LA14	46	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios laborales.		✓	1 y 6
G4-LA15	46	Impactos negativos significativos, reales y potenciales en las prácticas laborales en la cadena de suministro y medidas al respecto.		✓	6
<b>Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales</b>					
G4-LA16	66	Número de reclamaciones sobre prácticas laborales presentadas, abordadas y resueltas formalmente.			
<b>Derechos Humanos</b>					
<b>Inversión</b>					
G4-HR1	46	Contratos y acuerdos de inversión con cláusulas de derechos humanos.			1, 2, 3, 4, 5 y 6
G4-HR2	66	Capacitación en derechos humanos, incluido el porcentaje de empleados capacitados.			
<b>No discriminación</b>					
G4-HR3	66	Casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.		✓	1, 2, 4 y 5
<b>Libertad de asociación y negociación colectiva</b>					
G4-HR4	46, 66	Identificación de centros donde la libertad de asociación puede infringirse o estar amenazada y medidas para defender estos derechos.			1, 2 y 6
<b>Trabajo infantil</b>					
G4-HR5	66	Medidas contra la explotación infantil.			1, 2, 4 y 5
<b>Trabajo forzoso</b>					
G4-HR6	66	Medidas contra el trabajo forzado.			1, 2, 4 y 5
<b>Medidas de seguridad</b>					
G4-HR7	66	Formación de personal de seguridad capacitado en políticas y procedimientos de la organización en derechos humanos.			1, 2 y 4
<b>Derechos de la población indígena</b>					
G4-HR8	66	Número de casos de violación a los derechos de los pueblos indígenas y medidas adoptadas.			1
<b>Evaluación</b>					
G4-HR9	66	Porcentaje de centros evaluados en materia de derechos humanos.			1

G4	PÁGINA	DESCRIPCIÓN	OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS
<b>Evaluación de proveedores en derechos humanos</b>					
G4-HR10	46	Nuevos proveedores analizados en materia de derechos humanos.		✓	1, 2, 3, 4, 5 y 6
G4-HR11	46	Impactos negativos significativos, reales y potenciales en derechos humanos en la cadena de suministro y medidas adoptadas.		✓	1, 2, 3, 4, 5 y 6
<b>Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos</b>					
G4-HR12	66	Número de reclamaciones sobre derechos humanos presentadas, tratadas y resueltas mediante mecanismos formales de reclamación.			1, 2, 3, 4, 5 y 6
<b>Sociedad</b>					
<b>Comunidades locales</b>					
G4-SO1	38	Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluación de impacto y participación de la comunidad local.		✓	
G4-SO2	38	Centros de operaciones con impactos negativos significativos, posibles o reales en las comunidades locales.			
<b>Lucha contra la corrupción</b>					
G4-SO3	46, 66	Número y porcentaje de centros donde se han evaluado riesgos relacionados con la corrupción.			10
G4-SO4	66	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación anticorrupción.			10
G4-SO5	66	Casos de corrupción y medidas tomadas.			2 y 10
G4-SO6	66	Aportaciones a partidos políticos o instituciones relacionadas por país y destinatario.			10
<b>Prácticas de competencia desleal</b>					
G4-SO7	66	Número de demandas por competencia desleal, prácticas de monopolio o contra la libre competencia y resultado.			
<b>Cumplimiento regulatorio</b>					
G4-SO8	66	Valor monetario de multas y número de sanciones por incumplimiento de la legislación y normativa.			
<b>Evaluación de la repercusión social de los proveedores</b>					
G4-SO9	46	Porcentaje de nuevos proveedores examinados en función de criterios de repercusión social.		✓	
G4-SO10	46, 51	Impactos significativos, reales y potenciales para la sociedad en la cadena de suministro y medidas adoptadas.		✓	
<b>Mecanismos de reclamación por impacto social</b>					
G4-SO11	66	Número de reclamaciones sobre impactos sociales presentados, abordados y resueltos mediante mecanismos formales de reclamación.			
<b>Responsabilidad Sobre Productos</b>					
<b>Salud y seguridad de los clientes</b>					
G4-PR1	11	Porcentaje de categorías de productos y servicios cuyo impacto en salud y seguridad se ha evaluado para promover mejoras.		✓	
G4-PR2	12	Número de incidentes derivados del incumplimiento a la normativa o los códigos voluntarios relativos a impactos de los productos o servicios en salud y seguridad durante su ciclo de vida.		✓	
<b>Etiquetado de los productos y servicios</b>					
G4-PR3	12	Procedimientos de la organización relativos a la información y etiquetado de productos y servicios.		✓	8

G4	PÁGINA	DESCRIPCIÓN	OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS
G4-PR4	12	Número de incumplimiento a las regulaciones y códigos voluntarios sobre etiquetados.			
G4-PR5	13	Resultados de encuestas para medir satisfacción del cliente.		✓	
<b>Comunicaciones de mercadotecnia</b>					
G4-PR6	12	Venta de productos prohibidos o en litigio.		✓	
G4-PR7	12	Número de casos de incumplimiento de la normativa relativa a comunicación de mercadotecnia como publicidad, promoción y patrocinio.			
<b>Privacidad de los clientes</b>					
G4-PR8	66	Reclamaciones por la violación a la privacidad y fuga de datos de clientes.			1
<b>Cumplimiento regulatorio</b>					
G4-PR9	12	Costo de multas por incumplimiento a normativa sobre uso y suministro de productos y servicios.		✓	
<b>Suplemento Sectorial para Empresas Procesadoras de Alimentos</b>					
G4-FP1	46	Porcentaje de volumen de materiales adquirido de proveedores que cumplen con las normas de cadena de suministro.		✓	
G4-FP2	46	Porcentaje de volumen de materiales adquirido de proveedores que cumplen con estándares de producción responsable, internacionalmente reconocidos, presentado por estándar.		✓	
G4-FP3	66	Porcentaje de tiempo de trabajo perdido debido a disputas, huelgas y otro tipo de manifestaciones industriales, por país.			
G4-FP4	40	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas (en caridad, voluntariado, transferencia de conocimiento, asociaciones y desarrollo de productos) que promueven acceso a estilos de vida saludables, prevención de enfermedades crónicas, acceso a alimentos nutritivos a precios accesibles y a la mejora del bienestar de comunidades de escasos recursos.		✓	
G4-FP5	11	Porcentaje de la producción en volumen manufacturada en sitios certificados por un tercero independiente, de acuerdo con lineamientos reconocidos internacionalmente de administración de la seguridad de alimentos.		✓	
G4-FP6	11	Porcentaje del total del volumen de ventas de productos al consumidor, por categoría de producto que tienen disminución en grasas saturadas, grasas transgénicas, sodio y azúcares.		✓	
G4-FP7	11	Porcentaje del total del volumen de ventas de productos al consumidor, por categoría de producto que contienen aumento de ingredientes nutritivos como fibra, vitaminas, minerales, fitoquímicos o aditivos funcionales.		✓	
G4-FP8	12	Políticas y prácticas de comunicación al consumidor sobre los ingredientes e información nutrimental por encima de los requerimientos legales.		✓	
G4-FP9	No se reporta	Porcentaje y total de animales incubados y/o procesados por especie y raza.	No aplica		
G4-FP10	No se reporta	Políticas y prácticas, por especie y clase, relacionadas a alteraciones físicas y uso de anestesia.	No aplica		
G4-FP11	No se reporta	Porcentaje y total de animales incubados y/o procesados por especie y raza por tipo de almacenamiento.	No aplica		
G4-FP12	No se reporta	Políticas y prácticas en el uso de antibióticos, antiinflamatorios, hormonas y/o estimulantes para el desarrollo por especies y razas.	No aplica		
G4-FP13	No se reporta	Total de incidentes de incumplimiento con las leyes y regulaciones y apego con estándares voluntarios relativos, prácticas sobre transporte, manejo y matanza de animales terrestres y acuáticos vivos.	No aplica		





Gómez Yamazaki,  
Ruiz Urquiza, S.C.  
Paseo de la Reforma 459  
Piso 6  
Colonia Cuauhtémoc,  
06500 México, D.F.,  
México  
Tel: + 52 (55) 5080 6000  
Fac: + 52 (55) 5080 0001  
www.deloitte.com/mx

## Estándares y procesos de verificación

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con la norma internacional de auditoría ISAE 3000 *Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* emitida por el *International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB)* del IFAC.

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas áreas de KOF que han participado en la elaboración del IS y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal de KOF para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados.
- Análisis de los procesos para recopilar, validar y consolidar los datos presentados en el IS.
- Análisis de la cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en el IS en función del entendimiento de KOF y de los requerimientos de los grupos de interés sobre los aspectos materiales identificados.
- Revisión con base en muestras seleccionadas de la evidencia que respalda la información incluida en el IS.

Las siguientes tablas detallan los indicadores y enfoques de gestión revisados:

### Indicadores

G4 - 2	G4 - 38	G4 - EN5	G4 - EN22	G4 - LA14	G4 - PR5
G4 - 4	G4 - 39	G4 - EN6	G4 - EN23	G4 - LA15	G4 - PR6
G4 - 12	G4 - 42	G4 - EN7	G4 - EN31	G4 - HR3	G4 - PR9
G4 - 16	G4 - 47	G4 - EN8	G4 - EN32	G4 - HR10	G4 - FP1
G4 - 24	G4 - 48	G4 - EN10	G4 - EN33	G4 - HR11	G4 - FP2
G4 - 25	G4 - EC7	G4 - EN15	G4 - LA1	G4 - SO1	G4 - FP4
G4 - 26	G4 - EC8	G4 - EN16	G4 - LA6	G4 - SO9	G4 - FP5
G4 - 34	G4 - EN1	G4 - EN17	G4 - LA7	G4 - SO10	G4 - FP6
G4 - 35	G4 - EN2	G4 - EN18	G4 - LA9	G4 - PR1	G4 - FP7
G4 - 36	G4 - EN3	G4 - EN19	G4 - LA10	G4 - PR2	G4 - FP8
G4 - 37	G4 - EN4	G4 - EN21	G4 - LA12	G4 - PR3	

### Enfoque de Gestión:

Gestión de proveedores



Galaz, Yamazaki,  
Ruiz Urquiza, S.C.  
Paseo de la Reforma 459  
Piso 6  
Colonia Cuauhtémoc  
06500 México, D.F.  
México  
Tel: + 52 (55) 5060 6000  
Fax: + 52 (55) 5060 6001  
www.deloitte.com/mx

### Conclusiones

El IS considera la aplicación de la guía para la elaboración de Memoria de Sostenibilidad del GRI4.

Con base en el trabajo efectuado, descrito en este informe, no se ha puesto de manifiesto algún aspecto que nos haga creer que el IS contiene errores significativos o que no ha sido preparado de acuerdo a las directrices para un nivel de conformidad exhaustiva.

### Recomendaciones

A continuación se resumen las recomendaciones más significativas, las cuales no modifican las conclusiones expresadas en el presente informe:

- Robustecer la información de los indicadores aplicando las guías Global Reporting Initiative y el suplemento sectorial utilizado.
- Fortalecer el proceso de gestión de la información de los indicadores materiales de KOF.

Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C.  
Miembro de Deloitte Touche Tohmatsu Limited



Daniel Aguiñaga Gallegos  
Socio  
19 de febrero de 2016

# Datos de CONTACTO



Mario Pani #100 Piso 7  
Col. Santa Fe Cuajimalpa,  
Cuajimalpa de Morelos  
Ciudad de México, México, 05348  
Teléfono +52.55.15195000  
[www.coca-colafemsa.com](http://www.coca-colafemsa.com)  
[sostenibilidad@kof.com.mx](mailto:sostenibilidad@kof.com.mx)

**Dirección de Asuntos Corporativos**  
Francisco Suárez Hernández

#### Sostenibilidad

Luis Darío Ochoa Rodríguez  
Aurea del Carmen Patiño Garza  
Ana Laura Elizondo Quintanilla

#### Comunicación Corporativa

Juan Carlos Cortés Trejo  
Jordi Cueto-Felgueroso Arocha



Para más información sobre nuestros resultados financieros visita  
nuestra página web

#### Coca-Cola FEMSA, S.A.B. de CV.

(BMV: KOF L; NYSE: KOF) es el embotellador público más grande de productos Coca-Cola en el mundo, distribuyendo aproximadamente 4,000 millones de cajas unidad al año.

Coca-Cola FEMSA, S.A.B. de CV. 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 Sureste 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 Goiás, parte del estado de Rio 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.

El 47.9% de nuestro capital social es propiedad de Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de CV. (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 diez acciones de la Serie L.





Mario Pani #100 Piso 7  
Col. Santa Fe Cuajimalpa,  
Cuajimalpa de Morelos  
Ciudad de México, México, 05348  
Teléfono +52.55.15195000  
[www.coca-colafemsa.com](http://www.coca-colafemsa.com)