



# acciones con valor

Informe de Responsabilidad Social 2008





## Índice

Homenaje a Don Eugenio Garza Lagüera

Introducción

Acción / Valor

Nuestro Sistema de Responsabilidad Social

Mensaje de la Dirección

Coca-Cola FEMSA

Eje 1. Calidad de Vida en la Empresa

Eje 2. Salud y Bienestar

Eje 3. Vinculación con la Comunidad

Eje 4. Cuidado del Medio Ambiente

Visión Global

Índice GRI



## *Homenaje a un gran líder*

# Don Eugenio Garza Lagüera

(1923-2008)

En 2008 dijimos adiós a un gran hombre que siempre estará presente gracias a su ejemplo y legado de honradez, fortaleza y voluntad.

Don Eugenio Garza Lagüera, mexicano ejemplar siempre preocupado por las personas, por el desarrollo de las comunidades y del país.

Su talento creador y su sencillez son cualidades que siguen vivas en FEMSA. Su liderazgo nos enseñó que la integridad y el respeto a los compromisos, son la base de nuestro actuar en los buenos y en los malos tiempos.

Durante su gestión como **Director General y Presidente del Consejo de Administración**, la empresa conquistó un papel relevante a nivel nacional e internacional.

Impulsó una cultura de generación de valor económico y social, que hoy es palpable en los nueve países en los que operamos.

Don Eugenio se distinguió por su enfoque en el desarrollo de México a través de la educación y la cultura. Impulsó la educación a través de la expansión del Tecnológico de Monterrey, cuyo consejo presidió desde 1973 hasta 1998 y en el que permaneció activo como **Presidente Honorario Vitalicio** hasta la fecha de su fallecimiento.

En su vida enfrentó grandes retos dejándonos un ejemplo de tenacidad y optimismo con sus acciones, fundamento de lo que hoy somos como empresa.

*Gracias Don Eugenio:*

*Por su impulso al trabajo, su entrega, pasión y compromiso durante más de medio siglo, que han logrado que nuestra empresa siga siendo exitosa hasta el día de hoy.*

*Gracias por su preocupación y enfoque en el bienestar de todos los que formamos FEMSA.*

*Gracias por enseñarnos que el desarrollo económico y social van de la mano.*

*Gracias por mostrarnos que el verdadero valor de las personas radica en sus acciones de respeto, sencillez y compañerismo.*

*Gracias Don Eugenio por no sólo hacer negocios, sino por promover una cultura empresarial de desarrollo integral, cimentada en valores.*

*Todos los que formamos FEMSA queremos honrar su memoria y la mejor forma es siguiendo su ejemplo.*



**GRI 3.1, 3.2 y 3.3**

A través de este primer Informe Anual de Responsabilidad Social, estaremos reportando de manera detallada, las acciones llevadas a cabo durante el 2008.

**GRI 3.11 y 4.12**

En nuestro Informe Anual a los Accionistas, incluimos algunas de nuestras principales iniciativas y programas desarrollados en materia de Responsabilidad Social.

Como parte de nuestra mejora continua, hemos elaborado este primer Informe Anual de Responsabilidad Social para formalizar nuestras iniciativas, a través de la alineación con los indicadores internacionales en la materia: Global Reporting Initiative (GRI).

**GRI 3.13**

En Coca-Cola FEMSA, somos conscientes de que incorporar por primera vez los indicadores GRI implica el reto de evolucionar paulatinamente en la homologación de nuestros sistemas y procedimientos. Con este informe, seguimos impulsando los niveles de cumplimiento de nuestra Responsabilidad Social, para someterlo a verificación en un futuro.

**GRI 3.5**

El Informe de Responsabilidad Social 2008 de Coca-Cola FEMSA define sus contenidos de la siguiente manera:

- a) Filosofía: Fundamentos y descripción de nuestra empresa; mensajes de la Dirección General.
- b) Sistema de Responsabilidad Social: Explicación de cada eje (Calidad de Vida en la Empresa, Salud y Bienestar, Vinculación con la Comunidad y Cuidado del Medio Ambiente), cifras relacionadas, áreas de acción y testimonios.
- c) Logros: Resumen de los logros más representativos por operación y tabla global de resultados alineada a los indicadores GRI.

**GRI 2.5, 2.7, 2.9 y 3.6**

Este documento incluye las actividades e iniciativas ejecutadas por Coca-Cola FEMSA en los nueve países en los que operamos: México, Guatemala, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Colombia, Venezuela, Brasil y Argentina.

Además, contempla información sobre los negocios que recientemente hemos integrado a nuestras operaciones: Jugos del Valle, el segundo mayor productor de jugos en México y el mayor en Brasil, que adquirimos de manera conjunta con The Coca-Cola Company; REMIL, una franquicia en el estado de Minas Gerais, Brasil, que adquirimos en 2008; Agua De Los Ángeles, un negocio de agua de garrafón con cobertura en el Valle de México; y Agua Brisa, un negocio de agua embotellada en Colombia.

# Introducción

**En un mundo de constantes cambios, con consumidores cada vez más informados y diferenciados en sus gustos y necesidades, nos enfrentamos al desafío de trabajar arduamente en fuentes innovadoras de crecimiento y desarrollo, que nos permitan garantizar la sostenibilidad tanto de la empresa como de nuestro entorno.**



# acción

---

En Coca-Cola FEMSA, la Responsabilidad Social se basa en nuestro compromiso permanente con el desarrollo sostenible tanto de la empresa como de nuestro entorno.

Estamos seguros de que para continuar creciendo con éxito, es necesario impulsar los beneficios que nuestra organización aporta para el desarrollo y bienestar de nuestros colaboradores y sus familias, de nuestras comunidades, nuestro mercado y nuestros públicos de interés ; así como minimizar el impacto adverso que pudieran causar nuestras operaciones.

En este sentido, hemos desarrollado programas y actividades enfocadas a la optimización de la Calidad de Vida en la Empresa, la promoción de la Salud y el Bienestar, la Vinculación con la Comunidad y el Cuidado del Medio Ambiente.

En los nueve países en los que operamos, unimos esfuerzos para lograr resultados conjuntos. Sabemos que todos estamos interrelacionados, de manera que las acciones ejecutadas en un país o centro de trabajo, tienen efectos directos en el resto de la organización y sus localidades inmediatas.



Niños KOF  
México



Verano Saludable  
Panamá



Banco de Tiempo  
Colombia

# → valor

Entendemos la Responsabilidad Social como el compromiso, basado en nuestro origen, principios y valores, de procurar la generación simultánea de valor económico, social y medioambiental para el crecimiento y sostenibilidad de nuestras empresas, grupos de interés y comunidades de los países en donde operamos.

El panorama actual de nuestra empresa y su entorno evidencian la necesidad de alinear nuestro actuar externo y abordar integralmente a nuestros grupos de interés. Frente a esto, evolucionamos a un **Sistema de Responsabilidad Social**, basado en:

- El colaborador y su familia como punto de partida.
- Cuatro áreas de interés: Nuestra Gente, Nuestra Comunidad, Nuestro Planeta y Nuestro Mercado.
- La premisa FEMSA de generar valor económico y social.
- Programas sustentados en cuatro grandes ejes de acción a largo plazo: Calidad de Vida en la Empresa, Salud y Bienestar, Vinculación con la Comunidad y Cuidado del Medio Ambiente.
- La misión, los valores y la filosofía de la empresa.

En Coca-Cola FEMSA buscamos operar nuestros procesos productivos, de distribución y comercialización, aportando un valor agregado a las normas vigentes en los lugares donde actuamos y procuramos satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para cubrir sus propias necesidades.



*Limpieza de Playas  
Venezuela*



*Copa KOF  
Brasil*



*Día de la Familia  
Argentina*

# Nuestro Sistema de Responsabilidad Social

## Ejes de Acción

GRI 4.12, 4.14, 4.15 y 4.17

Nuestra cultura de trabajo respalda el *Sistema de Responsabilidad Social*, compuesto por cuatro ejes que norman las acciones y los programas.



### Calidad de Vida en la Empresa:

Fomentamos el respeto a los Derechos Humanos, la calidad de vida de nuestro personal y sus familias, y un ambiente abierto e incluyente, en donde nuestros colaboradores se sientan altamente motivados, productivos y comprometidos para impulsar el éxito del negocio.



### Salud y Bienestar:

Contribuimos al bienestar social apoyando acciones y programas que promuevan una cultura de salud y auto-responsabilidad para la mejora de la calidad de vida de nuestras comunidades, clientes y consumidores. Nos enfocamos en el consumo responsable y el fomento de la nutrición y la actividad física.



### Vinculación con la Comunidad :

Nuestros centros de trabajo se comprometen a construir relaciones de largo plazo, armónicas, confiables y de beneficio mutuo con nuestras comunidades, socios comerciales, clientes y consumidores, a través de la promoción del respeto a los Derechos Humanos, la educación, la generación de oportunidades económicas y el apoyo a iniciativas locales congruentes con nuestras guías de acción. Implementamos iniciativas enfocadas a la educación y la productividad, al apoyo de comunidades afectadas por desastres naturales, y a la vinculación de los centros de trabajo/ instalaciones con sus vecinos inmediatos.



### Cuidado del Medio Ambiente:

Ejecutamos acciones con base en los principios de desarrollo sustentable y cuidado del medio ambiente en nuestros procesos de negocio, y fomentamos la corresponsabilidad de nuestros grupos de interés. Creamos programas enfocados a los siguientes temas: disponibilidad de agua potable en nuestras comunidades, manejo adecuado y reciclaje de desechos, desarrollo de procesos y empaques que resulten amigables con el medio ambiente, reforestación y minimización de uso de energía en nuestra cadena de valor, y mitigación de los efectos en el cambio climático (aire limpio, reducción de emisiones, entre otras).





# Grupos de Interés

GRI 4.14, 4.15 y EC6

En Coca-Cola FEMSA estamos convencidos de que la reputación corporativa es construida por todos, con bases en la atención de nuestros grupos de interés.



**Nuestro Mercado:** Grupos que a través de su actuación y opiniones influyen en la reputación y credibilidad de Coca-Cola FEMSA; sociedad, medios de comunicación, Organizaciones No Gubernamentales externas, organismos nacionales e internacionales, poderes públicos y sector académico.

**Nuestra Gente:** Colaboradores y familia.



**Nuestra Comunidad:** Entorno inmediato a nuestros centros de trabajo/ instalaciones; accionistas e inversionistas, clientes y consumidores, gobiernos locales y sus dependencias, Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) que operan en la zona, proveedores, sindicatos y vecinos.



**Nuestro Planeta:** Medio Ambiente y los impactos que pudieran causar nuestras operaciones en las diferentes localidades.



# Mensaje de la Dirección



En FEMSA, la Responsabilidad Social es más que una acción a favor del desarrollo integral de nuestros colaboradores, sus familias, la comunidad y el medio ambiente. Es una filosofía de trabajo que a lo largo de 118 años hemos venido ampliando y perfeccionando.

El 2008 fue un año de importantes logros en cuanto al desempeño de nuestros negocios y también en nuestra labor como empresa socialmente responsable.

A pesar de la difícil situación económica global, reflejada principalmente en presiones de precios en algunos de nuestros insumos estratégicos, logramos generar sólidos resultados operativos y financieros, mejorar nuestra posición competitiva y extender la trayectoria de crecimiento. Las claves para lograrlo fueron la atinada ejecución de nuestra plataforma integrada de bebidas, la transferencia de mejores prácticas, las estrategias de administración del valor del cliente y de segmentación de mercado, así como nuestra capacidad para adaptarnos a entornos inciertos. Todo esto nos llevó a registrar resultados por arriba de las industrias en las que participamos.

En nuestra acción de Responsabilidad Social, alcanzamos también importantes logros en prácticamente todas las áreas, a la vez que seguimos construyendo una base cada vez más fuerte que nos permitirá consolidar nuestro avance en esta labor.

En 2008 iniciamos la operación de la **Fundación FEMSA**, institución que representa un importante vehículo de inversión social de FEMSA en apoyo a la educación, la ciencia y la tecnología para la conservación y el uso sustentable del agua, así como la promoción de la vida saludable en la comunidad. La primera gran acción de esta institución fue la creación del Centro del Agua para América Latina y el Caribe, proyecto realizado en conjunto con el Tecnológico de Monterrey y el Banco Interamericano de Desarrollo, organizaciones que comparten los mismos principios de responsabilidad y compromiso con el bienestar de la comunidad. Este proyecto está orientado a investigaciones para la sustentabilidad del agua, tecnologías para optimizar los costos de potabilización y el saneamiento de afluentes naturales.

Además, impulsamos otros proyectos como el **Centro de Biotecnología FEMSA del Tecnológico de Monterrey**, que realiza investigaciones en áreas como bioingeniería y agrobiotecnología; así como el **Centro Médico Zambrano Hellión**, que se enfocará a la investigación y atención de padecimientos como el cáncer y males cardíacos.

El 2009 vislumbra retos y oportunidades importantes en un entorno adverso. En FEMSA estamos preparados para enfrentarlos y capitalizar las oportunidades que se presenten. Contamos con una sólida posición competitiva y de mercado, conocemos cada vez mejor las necesidades de nuestros clientes y tenemos el respaldo de un talentoso equipo humano.

Los invito a conocer cómo damos cumplimiento a este compromiso.

*José Antonio Fernández Carbajal*  
*Presidente del Consejo de Administración y*  
*Director General Ejecutivo de FEMSA*



Hablar de Responsabilidad Social en una de las empresas del Grupo FEMSA es hacer referencia al accionar diario de toda una vida y trayectoria en nuestras organizaciones.

Desde la creación de Coca-Cola FEMSA, fuimos orientados por los principios y valores de los Fundadores de este Grupo, quienes sin tener que hablar de Responsabilidad Social, la hacían parte de los hábitos y la labor continua de sus equipos de trabajo.

Estoy convencido de que la Responsabilidad Social inicia dentro de nuestras instalaciones, con nuestros propios trabajadores y familias, y se extiende a nuestros proveedores y, sin duda, a las comunidades en las que nos desarrollamos y el medio ambiente en que operamos.

Siguiendo el legado de una cultura centenaria basada en el capital más valioso, nuestra gente, impulsamos acciones orientadas a promover su calidad de vida y la de sus familias, ofrecer mejores oportunidades de desarrollo personal y profesional, así como generar ambientes de trabajo que los motive y comprometa a impulsar el éxito del negocio.

En 2008, realizamos significativas inversiones en actividades de desarrollo social, capacitamos a cerca de 50,000 colaboradores y logramos reducir un 33% el índice de siniestralidad en nuestras operaciones.

Asimismo, implementamos iniciativas de educación y desarrollo orientadas a generar oportunidades económicas y fomentar una cultura de auto-responsabilidad para la mejora de la calidad de vida de nuestras comunidades, socios comerciales, clientes y consumidores. En 2008, beneficiamos a más de 7 millones de personas e hicimos importantes inversiones en programas comunitarios.

Desarrollamos, además, programas integrales de salud, enfocados a promover estilos de vida saludable, una buena nutrición y actividad física. Apoyamos el deporte en todos los niveles, especialmente el amateur, a través del patrocinio de clínicas deportivas y torneos para su práctica recreativa.

Otro de los pilares clave para nuestra Responsabilidad Social es el cuidado del medio ambiente. Hemos orientado nuestra estrategia al impulso de iniciativas y programas que favorezcan la disminución o eliminación del impacto ambiental, a través de la gestión de tres grandes rubros: la Administración del Agua, la Mitigación de los efectos del Cambio Climático y la Sostenibilidad de Empaques.

En el período 2004-2008, nuestro indicador de litros agua por cada litro de bebida ha mejorado en más del 20%. Esto se traduce en un ahorro de más de 3.4 millones de metros cúbicos de agua, cantidad suficiente para satisfacer las necesidades de más de 9,000 familias durante un año.

Seguiremos trabajando para fortalecer cada vez más estas iniciativas y renovar nuestro compromiso de impulsar el bien de nuestra gente, nuestras comunidades y nuestro planeta. Estamos convencidos de que actuar de esta manera es y será nuestro mejor aporte para continuar generando valor en todas las regiones y latitudes de las que formamos parte.

*Carlos Salazar Lomelín*  
*Director General de*  
*Coca-Cola FEMSA*





## COCA-COLA FEMSA

- El embotellador líder de las marcas de Coca-Cola en Latinoamérica y el segundo más grande en términos de volumen a nivel mundial.
- La empresa más integrada en la industria de bebidas, número 1 en refrescos y bebidas no carbonatadas, y número 2 en agua embotellada.
- Atendemos a cerca de 200 millones de consumidores en nueve países de América Latina, a través de más de 1.5 millones de puntos de venta. En el 2008, alcanzamos un volumen total de ventas de 2,243 millones de cajas unidad .

# ¿Quiénes somos?

GRI 2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 2.6, 2.7, 2.8 y 3.8

Somos el segundo embotellador más grande de Coca-Cola en el mundo y el líder en América Latina.

Operamos junto con FEMSA Cerveza y FEMSA Comercio, como una de las unidades de negocio de FEMSA, Grupo fundado en Monterrey, México, en 1890, con el objetivo de satisfacer con excelencia a clientes y consumidores, generando valor a los accionistas y sirviendo responsablemente a la comunidad.

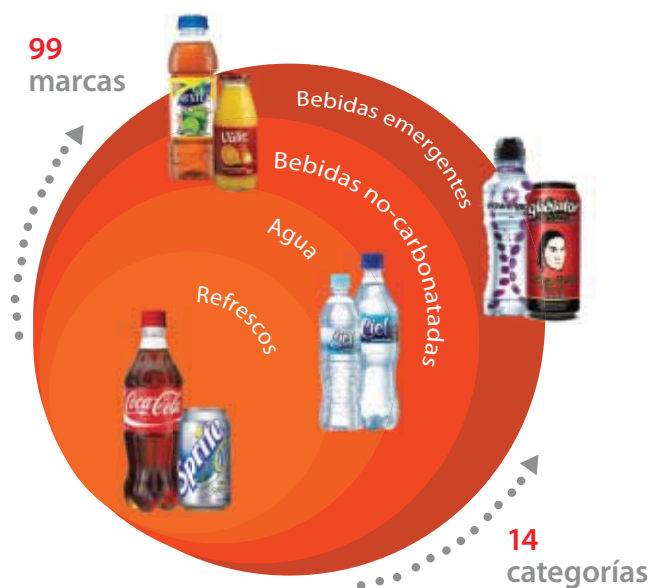
Ofrecemos desde marcas diferenciadas, hasta envases especialmente diseñados acorde a las necesidades de nuestros clientes, convenientes puntos de venta y eficientes sistemas de distribución.

Servimos a más de 200 millones de consumidores en nueve países de Latinoamérica, a través de una red de más de 1.5 millones de puntos de venta, 99 marcas y 14 categorías.

Trabajamos estrechamente con The Coca-Cola Company para diseñar y administrar un atractivo portafolio de marcas y presentaciones para atender las dinámicas particulares de nuestros mercados y estimular la demanda en una creciente base de clientes y consumidores.

## Refrescos

En el segmento de refrescos, Coca-Cola, nuestra marca insignia, continúa impulsando el crecimiento de la categoría en nuestros territorios, representando más del 40% del crecimiento consolidado del volumen en el 2008. Por medio de nuestra estrategia de multi-segmentación, hemos construido una extensa gama de presentaciones de refrescos, incluyendo una amplia base de envases retornables y ofreciendo a nuestros consumidores diferentes alternativas de compra a precios atractivos.



## Agua

En Coca-Cola FEMSA, una de nuestras categorías de mayor crecimiento es el agua. En 2008, ampliamos nuestro portafolio duplicando nuestra presencia en el mercado de garrafón en el Valle de México por medio de la integración de Agua De Los Ángeles. En febrero de 2009, adquirimos en conjunto con The Coca-Cola Company, el negocio de agua embotellada Brisa en Colombia. Esta transacción incrementará de forma importante el tamaño de nuestro negocio de agua existente en este mercado.

## Bebidas No Carbonatadas / Jugos y Néctares

A partir de nuestra inversión conjunta con The Coca-Cola Company, en enero del 2008, comenzamos a distribuir la marca de jugos y néctares de Jugos del Valle, desde presentaciones para niños de 200 mililitros hasta presentaciones en tetra-pack de 2.0 litros en México. Lanzamos la línea de Jugos del Valle en Colombia, Costa Rica, Panamá y Nicaragua, complementando nuestra línea existente de jugos para satisfacer la creciente demanda de nuestros consumidores.

Contamos con tecnología *hot-fill*, para el pasteurizado y llenado en caliente de las bebidas, lo que nos permite potenciar el nivel de innovación al reformular y ofrecer productos con mejor sabor y mayor vida en el anaquel para nuestros consumidores.

# Nuestras operaciones

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

En Coca-Cola FEMSA hemos incursionado en diferentes mercados para satisfacer a un mayor número de consumidores, convencidos de que esto nos hará más grandes y mejores. Actualmente, contamos con presencia en nueve países en los cuales comercializamos nuestras diferentes marcas y categorías.



(1) En México se reportan 26,630 colaboradores de la Operación y 492 de Corporativo Oficinas Centrales

(2) Incluye Guatemala, Nicaragua, Costa Rica y Panamá

# Nuestras acciones en cifras

GRI EC1 y EC9

	KOF	MÉXICO	LATINCENTRO				MERCOSUR	
			Guatemala Costa Rica	Nicaragua Panamá	Colombia	Venezuela	Brasil	Argentina
Volumen de ventas (MCU) <sup>(1)</sup>	2,243	1,149	133		198	207	371	186
Variación respecto a 2007	5.8%	3.5%	3.6%		0.1%	-1.1%	25.2%	3.7%
Ingresos Totales US.\$ <sup>(2)</sup>	5,999	2,443		925 <sup>(6)</sup>		1,098		1,533 <sup>(7)</sup>
Ingresos Totales Ps. <sup>(1)</sup>	82,976	33,799		12,791 <sup>(6)</sup>		15,182		21,204 <sup>(7)</sup>
Puntos de venta	1,511,842	611,928	102,063		365,620	159,294	191,137	81,800
Centros de distribución	208	83	28		32	33	27	5
Plantas	30	10	5		6	4	4	1
Consumo per Cápita de Refresco	224	411	151		89	161	213	375
Capital Humano / Colaboradores <sup>(4)</sup>	65,021	27,122 <sup>(5)</sup>	5,295		7,797	7,930	13,349	3,528

(1) Millones de cajas unidad

(2) Cifras en millones de pesos y U.S. Dólares al 31 de diciembre de 2008. Las cantidades en pesos mexicanos han sido convertidas a U.S. Dólares utilizando el tipo de cambio de compra al mediodía según lo publicado por la Reserva Federal del Banco de Nueva York el 31 de diciembre de 2008, el cual fue de Ps. 13.8320 por cada \$1.00

(3) Ingresos totales en pesos

(4) Incluye personal tercerizado

(5) En México se reportan 26,630 colaboradores de la Operación y 492 de Corporativo Oficinas Centrales

(6) Incluye Guatemala, Nicaragua, Costa Rica, Panamá y Colombia

(7) Incluye Brasil y Argentina

Ps. equivalente a Pesos Mexicanos

	MÉXICO	LATINCENTRO				MERCOSUR	
		Guatemala Costa Rica	Nicaragua Panamá	Colombia	Venezuela	Brasil	Argentina
Refrescos	75.4 %	88.8%	87.1 %	91.3 %	92.0 %	95.0 %	
Agua <sup>(1)</sup>	4.6 %	4.2%	5.0 %	5.8 %	5.7 %	1.3 %	
Garrafón <sup>(2)</sup>	17.0 %	-	5.0 %	-	-	-	
Otros <sup>(3-4)</sup>	3.0 %	7.0%	2.9 %	3.0 %	2.2 %	3.7 %	

(1) Excluye agua embotellada en presentaciones iguales o mayores a 5.0 Lt.

(2) Garrafón - agua embotellada en presentaciones iguales o mayores a 5.0 Lt.

(3) No carbonatados ( jugos y néctares, bebidas a base de frutas, isotónicos, tés, energizantes, etc.)

(4) Incluye agua saborizada



# Impacto Económico

GRI EC1 y EC9

Las ventas consolidadas crecieron 19.8 por ciento, a Ps. 83 miles de millones. <sup>(1)</sup>

La utilidad operativa consolidada se incrementó 19.2 por ciento, a Ps. 13.7 miles de millones. <sup>(1)</sup>

La deuda neta total al cierre del año fue de Ps. 12.4 miles de millones. <sup>(1)</sup>

El año pasado, nuestras operaciones generaron un considerable flujo de efectivo que nos permitió reducir nuestra deuda en Ps. 340 millones <sup>(1)</sup> y, al mismo tiempo, financiar las adquisiciones de Refrigerantes Minas Gerais, Ltda. (REMIL) en Brasil y Agua De Los Angeles en México por una suma aproximada de US\$385 millones. Como resultado, redujimos nuestra posición de caja en Ps. 1.3 miles de millones <sup>(1)</sup> al cierre de año.

La utilidad neta mayoritaria decreció 19 por ciento a Ps. 5.6 miles de millones <sup>(1)</sup>, lo que resultó en utilidades por acción de Ps. 3.03 <sup>(1)</sup>, o Ps. 30.3 <sup>(1)</sup> por ADR, reflejando el fuerte impacto de la devaluación del peso mexicano en nuestra deuda denominada en dólares.

*En Coca-Cola FEMSA, por cada empleo directo, generamos 5 empleos indirectos.*

Cada una de nuestras operaciones repercute favorablemente en la economía de los países y regiones donde tenemos presencia. Cada vez que invertimos en una nueva planta productiva, en un centro de distribución o realizamos una nueva adquisición, generamos una importante cadena de valor a través de la demanda de maquinaria, tecnologías, insumos, materias primas y equipos de transporte, entre muchos otros. De esta manera beneficiamos a industrias como la construcción, servicios, transporte y agricultura, impulsamos un número significativo de empleos directos e indirectos y promovemos el desarrollo de detallistas.



(1) Ps. Pesos Mexicanos

# Gobierno Corporativo

## GRI 4.1

El **Sistema de Gobierno Corporativo de Coca-Cola FEMSA** está constituido por un conjunto de órganos administrativos, principios, normas, políticas y procedimientos, que tienen como objetivo asegurar a los participantes de la empresa un trato justo y equitativo que les permita conservar su patrimonio e intereses económicos dentro de los márgenes de rentabilidad, productividad y seguridad pactados.

Coca-Cola FEMSA está entre los líderes en el cumplimiento del Código de Mejores Prácticas Corporativas establecidas por el Consejo Coordinador Empresarial de México. Hemos aplicado los mismos estándares para aquellos negocios u operaciones que hemos adquirido y continuaremos haciéndolo. Consideramos que la independencia de nuestros consejeros es una invaluable contribución al proceso de toma de decisiones en nuestra compañía y para la protección de nuestros accionistas.

En nuestro sitio de Internet [www.coca-colafemsa.com/kof/](http://www.coca-colafemsa.com/kof/), se encuentra una lista con las principales diferencias entre las prácticas de Gobierno Corporativo determinadas por las autoridades regulatorias mexicanas y las utilizadas por compañías establecidas en los Estados Unidos de América de acuerdo a los estándares de la bolsa de valores de Nueva York (NYSE por sus siglas en inglés).

**Estamos entre los líderes en el cumplimiento del Código de Mejores Prácticas Corporativas establecidas por el Consejo Coordinador Empresarial de México.**



## Consejo de Administración

GRI 4.2, 4.3,4.4, 4.5,4.6, 4.7 y LA13

En Coca-Cola FEMSA buscamos conformar un consejo equilibrado, compuesto por hombres y mujeres de renombre, con una amplia y diversificada experiencia profesional que pueda aportar valor a nuestra empresa y prestigio en la comunidad. Actualmente, nuestro Consejo está integrado por presidentes y directores generales de importantes empresas, expertos en finanzas y en temas legales, miembros de distintas nacionalidades y de ambos géneros.

El *Consejo de Administración* está conformado por 18 miembros, seis de ellos independientes. Bajo la legislación mexicana, los consejeros son elegidos en la Asamblea Ordinaria de Accionistas. Sólo uno de ellos no cuenta con suplente. Los consejeros suplentes están autorizados a servir en el Consejo de Administración en caso de que el titular no pueda asistir a las reuniones o participar en sus actividades. Los consejeros y sus suplentes son nombrados por un plazo de un año. Los Estatutos de la Compañía disponen que los tenedores de las acciones Serie D de FEMSA pueden elegir cinco consejeros. La retribución monetaria para los miembros del consejo actualmente no está ligada al desempeño de la organización.

### *Carlos Salazar Lomelín*

*Es Director General de Coca-Cola FEMSA desde el año 2000 y miembro del Consejo de Administración a partir del 2001.*



### *José Antonio Fernández Carbajal*

*Es Presidente del Consejo de Coca-Cola FEMSA desde 1995. Asumió la Presidencia del Consejo de Administración en 2001.*

Para el mejor desempeño de sus funciones, el Consejo de Administración se apoya en tres comités:

**Comité de Auditoría:** Constituido por consejeros independientes y responsable de revisar la exactitud e integridad de la información financiera trimestral y anual, con base en los requisitos contables, de auditoría y de control interno. Además, esta a cargo del nombramiento, contratación, contraprestación y vigilancia del auditor externo, que le reporta directamente.

**Comité de Prácticas Societarias:** Conformado por consejeros independientes y responsable de prevenir o mitigar riesgos en las operaciones que pudieran dañar el valor de la empresa o beneficiar a un grupo de accionistas en particular.

**Comité de Finanzas y Planeación:** Evalúa las políticas de inversión y financiamiento propuestas por el Director General. Además, es responsable de la identificación de factores de riesgo a los que está expuesta la empresa, así como la evaluación de las políticas de la administración.

# Cultura Organizacional

GRI SO2, SO4 y 4.8

## MISIÓN

Satisfacer y agradar con excelencia al consumidor de bebidas.

## VISIÓN

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

## VALORES

- Pasión por el Servicio y Enfoque al Cliente/consumidor
- Innovación y Creatividad
- Calidad y Productividad
- Respeto, Desarrollo Integral y Excelencia del Personal
- Honestidad, Integridad y Austeridad

*Nuestra cultura es el fruto de la historia y experiencia que hemos compartido.*

*Lo que somos y lo que queremos llegar a ser está determinado en gran medida por la forma en que trabajamos, pensamos y sentimos.*

## Cultura organizacional Clave de la identidad de una compañía

(Por Juan Carlos Domínguez, Director de Desarrollo Social y Laboral)

La cultura de una organización se hace vívida en su manera particular de ser y hacer las cosas. Coca-Cola FEMSA hoy es reconocida a nivel internacional como una compañía integrada de bebidas, que genera valor a sus accionistas, que ofrece a sus clientes y consumidores productos y servicios de la más alta calidad, respaldada por tecnología de punta y sistemas de gestión de clase mundial, comprometida con el desarrollo de sus miembros y respetuosa de las leyes, costumbres y medio ambiente de las comunidades en que opera.



Es nuestra cultura centenaria de trabajo la que nos diferencia de otras empresas, la que guía nuestras acciones, define lo que es importante para nuestro negocio y la que nos proporciona los criterios para decidir y alcanzar nuestros objetivos. La calidad y profesionalismo con el que llevamos nuestros procesos, la experiencia, nuestra trayectoria de crecimiento y expansión, el impulso a la innovación, nuestra solidez y liderazgo en el mercado, así como nuestra orientación a resultados y la excelencia en la ejecución, son parte de este sello que nos identifica como organización líder en el mercado.

Cada decisión tomada, cada acción llevada a cabo y cada mensaje transmitido, le dan vida a nuestra cultura organizacional y hacen de los valores parte tangible de nuestra experiencia diaria. Es por eso que su fortaleza se mide en el comportamiento y la actitud misma de quienes integran la organización, en la productividad, el buen ambiente de trabajo y el nivel satisfacción del personal.

En Coca-Cola FEMSA, cada vez que definimos una estrategia o rumbo a seguir, somos conscientes de que nuestro éxito depende en buena parte de seguir los principios y valores que nos identifican y diferencian del resto, que orientan y guían nuestras acciones y a través de los cuales impulsamos el compromiso y la lealtad necesarios tanto en nuestros públicos internos como externos.

Los programas dirigidos a nuestras familias y públicos de interés presentados en este informe, se construyen con base en esta premisa. Nuestro principal desafío hoy, es seguir fortaleciéndolos con base en estas raíces que nos han identificado por tantos años y que hacen de Coca-Cola FEMSA una organización referente en la industria de bebidas.

# Código de Ética de Negocios

GRI S02, S03, S04 y 4.11

A través de diversos canales, promovemos la difusión y puesta en práctica de nuestro **Código de Ética**, nuestras **Políticas Corporativas** y nuestro **Sistema de Denuncias DILO** en los nueve países donde operamos.

El cumplimiento del **Código de Ética de Negocios** es clave para construir una cultura corporativa que impulse el desempeño del trabajo en un ambiente de armonía, claridad, respeto e integridad, y que permee las relaciones laborales, comerciales, financieras y sociales.

Este documento rige a los miembros del **Consejo de Administración** (consejeros), directores y gerentes (directivos) y colaboradores; así como situaciones generales relativas a las relaciones con nuestros inversionistas, clientes, proveedores, autoridades y con el medio ambiente. Se basa en lineamientos y medidas de acción relacionados con los siguientes aspectos:

- a. Relación con Clientes
- b. Relación con Proveedores
- c. Competencia
- d. Publicidad y Mercadotecnia
- e. Relación con Autoridades
- f. Medio Ambiente
- g. Salud Ocupacional y Seguridad
- h. Conflicto de Intereses
- i. Manejo de Información
- j. Regalos



**A través de diversos canales, promovemos la difusión y puesta en práctica de nuestro Código de Ética, nuestras Políticas Corporativas y nuestro Sistema de Denuncias DILO en los nueve países donde operamos.**



# La comunicación con nuestros grupos de interés

GRI 4.4 y 4.16



En Coca-Cola FEMSA creemos que es fundamental mantener una comunicación transparente y oportuna con nuestros grupos de interés. Por eso, contamos con canales permanentes para atender y recibir sus inquietudes, así como para mantenerlos actualizados sobre diversos temas de relevancia para la organización y sus públicos.

Además de mecanismos masivos internos como la revista institucional, los boletines informativos, las publicaciones en medios electrónicos y los tableros, entre otros, promovemos encuentros presenciales de comunicación (sesiones informativas) y procesos formales de intercambio de experiencias y retroalimentación entre jefes y colaboradores: revisiones verticales y evaluaciones de desempeño, entre otros.

Contamos, además, con procesos institucionales de comunicación ascendente para nuestros colaboradores. Ejemplo de esto es el Sistema de Denuncias **DILO**, que promueve y facilita la detección de prácticas irregulares y/o conductas contrarias al Código de Ética de la Organización, facilitando su investigación y, en su caso, sanción. El servicio, disponible las 24 horas del día y los 365 días del año, es administrado por una compañía externa especializada que garantiza la confiabilidad y transparencia del proceso, y adecua sus mensajes al idioma y necesidades de cada uno de los nueve países en los que operamos.

La **Encuesta de Clima Organizacional** es otra de las principales herramientas para conocer el nivel de satisfacción de los colaboradores con respecto a sus condiciones de trabajo y otras inquietudes. Son aplicadas por política de la empresa, al menos cada dos años.

Un espacio relevante en materia de comunicación con nuestros públicos internos, es la Junta de Comunicación Trimestral, foro en el que se presentan los resultados trimestrales del negocio y perspectivas de la empresa. Convoca a los directores y gerentes de los nueve países donde tenemos presencia, y cuenta con sesiones de preguntas y respuestas, abiertas a la opinión de los participantes.

Para atender asuntos relacionados con nuestros productos y servicios, por parte de clientes, consumidores, proveedores y otros públicos interesados, operamos sistemas telefónicos y electrónicos, como el número gratuito de atención a clientes:

**Hola Coca-Cola**, el **Sistema CIS para atención a clientes de Coca-Cola FEMSA**, y el **Servicio de Atención al Consumidor de FEMSA Cerveza Brasil**.

La atención a nuestros accionistas es realizada a través del área de Relaciones con Inversionistas de nuestra empresa. La comunicación tanto para accionistas minoritarios como mayoritarios, se realiza a través de los mecanismos de información y comunicación establecidos por la **Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV)** y por la **Securities and Exchange Commission (SEC)**, de acuerdo con la regulación vigente en los mercados en los que operan nuestros títulos accionarios, México y los Estados Unidos. También contamos con fuentes de información oficial en los sitios de Internet de FEMSA y Coca-Cola





## Transparencia

### GRI 4.12

Cumplimos con los más altos estándares de gobierno corporativo y asumimos con responsabilidad la calidad y transparencia en la difusión de información.

Nos apegamos fielmente a los requerimientos de las Bolsas de Valores de México y Nueva York, a la legislación Sarbanes-Oxley de los EE.UU. y al Código de Mejores Prácticas Corporativas establecido por el Consejo Empresarial Mexicano.

## Conflicto de Intereses

### GRI 4.6

Nuestro *Código de Ética de Negocios* cuenta con un capítulo sobre conflicto de intereses dirigido a colaboradores, directivos y consejeros; donde se establecen las obligaciones de carácter ético hacia la compañía, los inversionistas, clientes, acreedores, proveedores, competidores y autoridades.

Algunos de los criterios básicos para normar el comportamiento ético de todas las personas que laboran en nuestra empresa, son:

- a. Tanto directivos como colaboradores, deben abstenerse de interceder para satisfacer requerimientos de superiores, subalternos, compañeros de trabajo, familiares o amigos, si con ello se perjudica a la empresa.
- b. Los miembros del Consejo de Administración que tengan conflicto de interés en algún asunto o decisión del mismo, deberán de abstenerse de participar y estar presentes en la deliberación y votación de dicho asunto, sin que ello afecte el *quórum* requerido para instalación del citado consejo.
- c. En Coca-Cola FEMSA contamos con mecanismos internos para asegurar que las operaciones comerciales, laborales, financieras y sociales se realicen con total transparencia.



**En Coca-Cola FEMSA contamos con mecanismos internos para asegurar que las operaciones comerciales, laborales, financieras y sociales se realicen con total transparencia**



# Sistema Integral de Calidad



*GRI EN26, LA5, LA7 y PR1*

En Coca-Cola FEMSA estamos comprometidos con la creación de una cultura de trabajo sólida, basada en la mejora continua y la innovación, en la que los actores de nuestra cadena de valor estén integrados en un flujo continuo, operando con metas y estrategias de calidad, para asegurar resultados y competitividad de clase mundial.

Es en este sentido que en 2001, iniciamos el reto de implementar un sistema que nos permitiera apoyar el proceso de crecimiento de nuestra organización con una metodología de excelencia mundial.

Así nació el **Sistema Integral de Calidad**, un modelo de gestión que paulatinamente se ha incorporado a cada centro de trabajo, permitiéndonos contribuir a mejorar el desempeño de la compañía y lograr así:

- *Conocer mejor a los clientes, alcanzar su satisfacción y contar con su lealtad.*
- *Establecer objetivos claros y comunicarlos a todo el personal.*
- *Trabajar con procesos preventivos, organizados, consistentes y mejorados.*
- *Buscar la mejora continua de productos y servicios.*
- *Desarrollar el talento del personal y capitalizar su creatividad.*
- *Liderar con una visión clara y promover la vivencia de la cultura organizacional.*
- *Respetar el medio ambiente.*
- *Mantener condiciones de seguridad.*
- *Generar mejores resultados.*

Nuestra empresa ha evolucionado significativamente en los últimos años. A la par de este proceso, hemos madurado de forma importante para manejar adecuadamente los indicadores, analizar tendencias, detectar oportunidades e identificar relaciones causales entre métodos y resultados.

A través de la adopción y aplicación continua del Sistema Integral de Calidad, todos contribuimos a que la empresa sea reconocida por su excelencia operativa y la calidad de su gente.





# Etiquetado de productos

## GRI PR3

Cada país cuenta con normas específicas que regulan la información requerida en el etiquetado de los productos. Sin embargo, existen requerimientos comunes, como: nombre del producto, país de origen, nombre y domicilio del fabricante, información en el idioma del país donde será consumido, lista de ingredientes en orden cuantitativo decreciente, fecha de caducidad, declaración de valor energético, leyendas precautorias (en caso aplicable), contenido neto y registro sanitario, entre otros.

En el caso de los productos que distribuimos, quien define el diseño y la información de las etiquetas es el dueño de las marcas de las bebidas embotelladas y/o distribuidas (The Coca-Cola Company, Promotora de Marcas Nacionales, S.A. de C.V. –Mundet-, entre otras), quien junto con los embotelladores de cada país están permanentemente atentos al cumplimiento de las disposiciones legales aplicables.

Adicionalmente a la información requerida, todos nuestros productos presentan canales para contactar a la empresa, como por ejemplo, una línea telefónica de atención al consumidor.



**Cada país cuenta con normas específicas que regulan la información requerida en el etiquetado de los productos.**





## CALIDAD DE VIDA EN LA EMPRESA

En Coca-Cola FEMSA buscamos fomentar el respeto a los Derechos Humanos, la calidad de vida de nuestro personal y sus familias, y un ambiente abierto e incluyente en donde nuestra gente se sienta altamente motivada, orientada a la productividad y comprometida a impulsar el éxito del negocio.

# Nuestra Gente en Cifras

## MÉXICO <sup>(1)</sup>

27,122 colaboradores

Género

Femenino	8%
Masculino	92%

Tipo de Contrato

No Sindicalizados	38%
Sindicalizados	53%
Terceros	9%

Grupo de Edad

18 -24 años	16%
25-34 años	45%
35-44 años	24%
Más de 45 años	15%

## VENEZUELA

7,930 colaboradores

Género

Femenino	11%
Masculino	89%

Tipo de Contrato

No Sindicalizados	25%
Sindicalizados	43%
Terceros	32%

Grupo de Edad

18 -24 años	11%
25-34 años	42%
35-44 años	29%
Más de 45 años	18%



## CENTROAMÉRICA <sup>(2)</sup>

5,295 colaboradores

Género

Femenino	7%
Masculino	93%

Tipo de Contrato

No Sindicalizados	44%
Sindicalizados	41%
Terceros	15%

Grupo de Edad

18 -24 años	19%
25-34 años	42%
35-44 años	24%
Más de 45 años	15%

## COLOMBIA

7,797 colaboradores

Género

Femenino	13%
Masculino	87%

Tipo de Contrato

No Sindicalizados	20%
Sindicalizados	8%
Terceros	72%

Grupo de Edad

18 -24 años	9%
25-34 años	43%
35-44 años	30%
Más de 45 años	18%

## BRASIL

13,349 colaboradores

Género

Femenino	9%
Masculino	91%

Tipo de Contrato

No Sindicalizados	0%
Sindicalizados	59%
Terceros	41%

Grupo de Edad

18 -24 años	15%
25-34 años	46%
35-44 años	28%
Más de 45 años	11%

## ARGENTINA

3,528 colaboradores

Género

Femenino	8%
Masculino	92%

Tipo de Contrato

No Sindicalizados	17%
Sindicalizados	52%
Terceros	31%

Grupo de Edad

18 -24 años	16%
25-34 años	38%
35-44 años	28%
Más de 45 años	18%

(1) En México se reportan 26,630 colaboradores de la Operación y 492 de Corporativo Oficinas Centrales  
 (2) Incluye Guatemala, Nicaragua, Costa Rica y Panamá

Desde nuestros orígenes y hasta el día de hoy, nos hemos comprometido con el bienestar integral de nuestros colaboradores y de sus familias, ofreciéndoles mejores oportunidades de desarrollo profesional y un ambiente laboral sano y respetuoso.



En 2008, realizamos más de 270 actividades de Desarrollo Social.



Capacitamos a cerca de 50 mil colaboradores, lo que representa más del 70% de nuestra plantilla.



Invertimos más de 8.6 millones de dólares en actividades de Desarrollo Familiar.



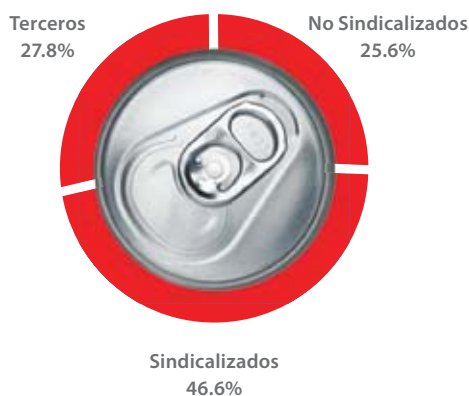
Logramos reducir un 33% el índice de siniestralidad en nuestras operaciones.

### Reconocimientos 2008

- México: Best Employers México (como Unidad de Negocio FEMSA)
- Brasil: Premio al Mejor Call Center para trabajar
- Argentina: Mejores Empresas para Trabajar en la Argentina (Great Place to Work Institute Argentina)

Contamos con una plantilla laboral de más de 65,000 colaboradores, de los cuales el 46.5% es de sindicalizados, el 25.6% de no sindicalizados y 27.7% de terceros.

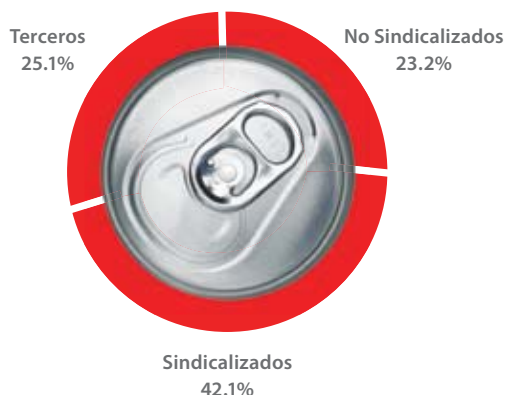
**Colaboradores por tipo de contrato**



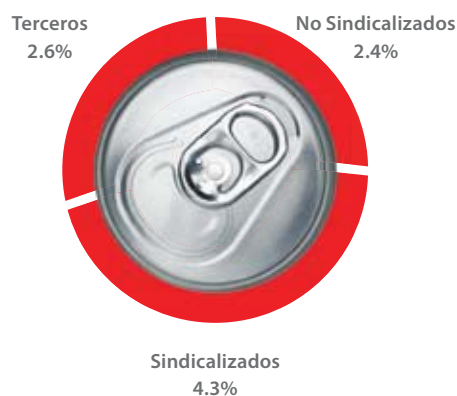
**Colaboradores por grupo de edad**



**Colaboradores por tipo de contrato HOMBRES**



**Colaboradores por tipo de contrato MUJERES**



Nuestro capital humano está conformado por colaboradores de diversas edades, conforme a un esquema que brinda oportunidades a todas aquellas personas que cuentan con las competencias adecuadas a las circunstancias que nos presenta un mercado en constante cambio.

# Sistema de Desarrollo Social

Nuestro *Sistema de Desarrollo Social* se basa en una filosofía de trabajo y de vida, que busca el *bien-estar* y *bien-ser* de nuestros colaboradores y su familia, a través de la conjunción de siete dimensiones.



La vivencia de éstas en todos sus aspectos, hacen de éste un esquema integral que busca formar mejores personas en el núcleo familiar, el trabajo y la sociedad.

*Nuestra Misión: Impulsar la calidad de vida de nuestros colaboradores y sus familias; la productividad/competitividad y la atención del compromiso social de los negocios, a través de esquemas participativos de desarrollo integral en los nueve países en los que operamos.*



Un pilar fundamental del Sistema de Desarrollo Integral de FEMSA ha sido la *Sociedad Cuauhtémoc y Famosa (SCYF)*, que en 2008 celebró el 90 aniversario de su fundación y de impulsar el desarrollo integral de los colaboradores FEMSA y sus familias. Su origen se remonta al año 1918, como respuesta a los problemas económicos, de escasez y epidemias de un país todavía inmerso en la lucha revolucionaria.



# Integración Familiar

GRILA1, LA2 y LA13

La familia es parte fundamental de nuestra filosofía de Desarrollo Social. Por ello, promovemos y fortalecemos la integración de la familia y de sus miembros, fomentando los valores, actitudes y afectos que permitan lograr la conformación de familias íntegras e integradas.

En 2008 ejecutamos 31 actividades extensivas a colaboradores y familiares de los 9 países en los que operamos. Beneficiamos a más de 103 mil personas e invertimos más de 8.6 millones de dólares en actividades de desarrollo familiar.

**+103,000 personas  
beneficiadas**



## Día de la Familia Coca-Cola FEMSA

*Los colaboradores y familiares de Coca-Cola FEMSA Brasil y Argentina, vivieron una vez más el Día de la Familia.*

*Bajo el lema Tu manera de ser feliz, el Día de la Familia FEMSA Brasil llegó a su sexta edición. Este evento convocó en diciembre a cerca de 40 mil colaboradores en 14 ciudades del país. Jundiaí, ciudad en donde se ubica una de las plantas embotelladoras de productos Coca-Cola más grande del mundo, reunió a cerca de 15 mil colaboradores y familiares. Además de espectáculos circenses, la actividad contó con atracciones como la llegada de Papá Noel y el homenaje a los colaboradores con 25 y 30 años en la compañía.*

*En Argentina, el evento reunió a cerca de 3 mil personas, entre colaboradores y familiares, en un parque temático de Buenos Aires. Además de recorrer el lugar, los invitados tuvieron la oportunidad de visitar el espacio exclusivo Familia FEMSA en donde se promovió nuestro Sistema de Desarrollo Social.*



# Capacitación

*GRI LA10 y LA11*

En Coca-Cola FEMSA, entendemos la educación como un importante motor del desarrollo de nuestros colaboradores. Somos conscientes de que las habilidades de nuestro personal deben evolucionar a la par del crecimiento y la complejidad de nuestro negocio y portafolio de productos.

Somos una organización de aprendizaje continuo; por tal motivo, apoyamos a nuestra gente en el desarrollo de las competencias y el conocimiento necesarios para alinear su desarrollo con el crecimiento de nuestra empresa. En 2008, capacitamos a cerca de 50 mil colaboradores, más del 70% de nuestra plantilla. En Centroamérica, ofrecimos más de 44 mil horas de capacitación en temas operativos de seguridad, desarrollo gerencial y humano. En Argentina, otorgamos un promedio de más de 23 horas de capacitación por empleado y en Colombia invertimos cerca de un millón de dólares en esta materia.

Además, iniciamos programas de entrenamiento que permiten a nuestros empleados ejecutar de forma apropiada la comercialización de nuestras nuevas categorías. Como resultado de este proceso, la fuerza de pre-venta de México, enfocada a manejar las bebidas de Jugos del Valle para clientes que venden más de 10 cajas por semana, logró incrementar en un 40% el volumen de ventas durante 2008.

**+44,000 horas-hombre de capacitación en Centroamérica**



**Cerca de 50,000 empleados capacitados**



# Plataforma Tecnológica

GRI LA10 y LA11

10,000 usuarios en  
Universidad FEMSA



Por medio de nuestra plataforma tecnológica, nuestros colaboradores pueden acceder a herramientas diseñadas especialmente para su desarrollo. Un claro ejemplo es el portal **Knowledge Management**, que además de aportar habilidades y conocimiento, permite transferir sus experiencias en línea a través de nuestra red de operaciones.

Durante 2008, capacitamos a más de 2,300 colaboradores en 14 diferentes disciplinas –incluyendo ventas, mercadotecnia y sistemas de información.

Además, por medio de nuestra recién creada **Universidad FEMSA**, comenzamos a impartir cursos y seminarios diseñados para fortalecer las habilidades de nuestros empleados y obtener certificaciones en el cumplimiento de políticas, como la ley **Sarbanes-Oxley** en los Estados Unidos. Recientemente, llegamos a cerca de **10 mil usuarios** y estimamos un 30% de crecimiento para 2009.

**+2,300 colaboradores capacitados en 14 disciplinas dentro de la plataforma Knowledge Management**



## Multiculturalidad

GRI LA13

La internacionalización de los negocios ha acrecentado la importancia de entender el comportamiento organizacional a nivel global. Somos conscientes de que formamos parte de este proceso y que nuestro éxito depende de qué tan flexibles seamos frente a las nuevas oportunidades que nos presente el mercado y cuánto aprovechemos las diferencias para satisfacer sus necesidades.

Nuestro equipo de trabajo está integrado por más de 65,000 colaboradores de 16 nacionalidades diferentes, distribuidos en los nueve países en los que tenemos presencia. Seguimos creciendo en diversidad y orientando nuestras estrategias a apoyar la expansión de nuestro negocio y al desarrollo de competencias multiculturales como una clave importante para hacerlo posible.

*Foros de intercambio de mejores prácticas, Células de entrenamiento y Planes de desarrollo* basados en las nuevas necesidades del mercado, son parte de las herramientas a través de las cuales fomentamos el crecimiento, apoyado en la diversidad y el potencial de nuestros colaboradores, y los preparamos para compartir mejores prácticas y adaptarse exitosamente a su entorno.



**Nuestro equipo de trabajo está integrado por más de 65,000 colaboradores de 16 nacionalidades**



# Equidad de Oportunidades

GRI LA13

En Coca-Cola FEMSA, aspiramos a que nuestros colaboradores cuenten con talento, capacidades, compromiso y valores congruentes con nuestra cultura organizacional y los objetivos del negocio; que tengan las opciones para hacerlo, mas allá de su condición, género, raza, etc.

Nuestro compromiso parte de las **Políticas** que guían nuestra acción:



## **No discriminación**

*El ser humano es el factor fundamental de nuestra organización y debe ser tratado con dignidad; no se permite el trabajo forzoso, se prohíbe el trabajo a menores de edad en los términos de legislación laboral de cada país, se respeta el principio de igualdad de oportunidades laborales para las personas y no se permite ninguna forma de discriminación.*

## **Cultura Laboral**

*Ningún candidato debe ser discriminado por razones de género, estado civil, edad, religión, raza, opinión política, clase social o económica, embarazo, idioma / dialecto, origen étnico o nacionalidad, preferencia sexual, discapacidad como pueden ser: limitación física sensorial o intelectual.*

De la misma forma, promovemos la equidad de oportunidades a través de nuestro **Código de Ética**:



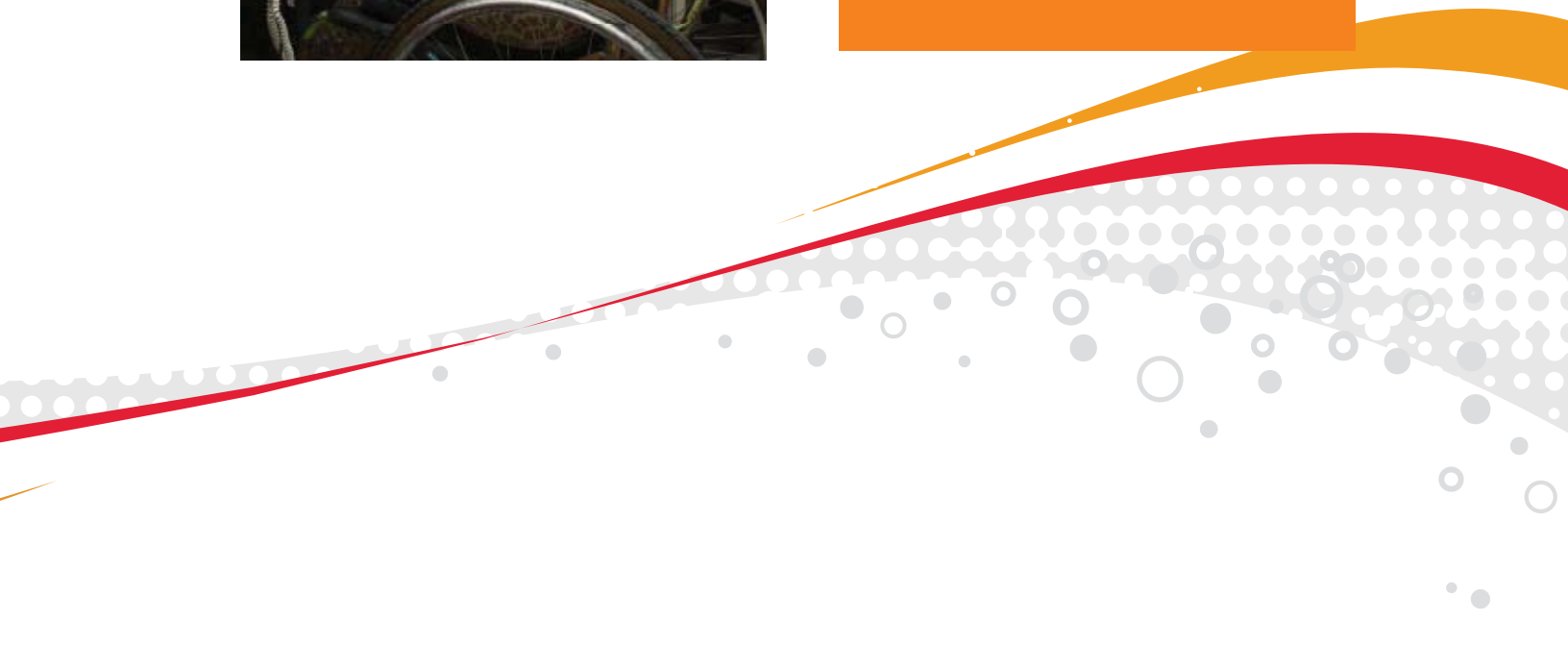
*Es una violación al código de ética:*

*e) Discriminar, intimidar u hostigar a otra persona por causa de género, estado civil, edad, religión, raza, opinión política, clase social y económica, embarazo, idioma, dialecto, origen étnico, nacionalidad, preferencia sexual o discapacidad.*

A partir de 2001, inició la operación del Sistema de Integración Laboral FEMSA que promueve prioritariamente la inclusión de personas con discapacidad y adultos mayores, además de fomentar la armonía laboral en la diversidad. Al cierre del 2008, en Coca-Cola FEMSA, incorporamos a 567 personas con capacidades diferentes y 275 adultos mayores en todos los niveles de la organización.



567 personas con  
capacidades diferentes y  
275 adultos mayores



# Seguridad en el Trabajo

GRI LA7 y LA8

La seguridad en los centros de trabajo es clave para la integridad física y el bienestar de los colaboradores; por eso, es una de nuestras prioridades. Hoy, contamos con diferentes programas de sensibilización, diagnóstico, formación y entrenamiento, coordinados por comisiones de higiene, seguridad y capacitación, así como reuniones de trabajo mensuales con los comités sindicales de acuerdo a los lineamientos del **Sistema de Administración de Seguridad y Salud Ocupacional (SASSO)**. Este Sistema consta de una metodología para detectar riesgos de accidentes y de salud, su respectiva atención y corrección, así como la elaboración y difusión de campañas para reforzar la cultura de prevención y auto-cuidado.

En 2008, logramos reducir en 33% el índice de siniestralidad en nuestras operaciones. A manera de ejemplo, en Colombia se impactó positivamente a casi 8,000 colaboradores a través de la promoción de una cultura de auto-cuidado. Por su parte, Brasil disminuyó el número de accidentes en un 34% de enero a mayo, frente al mismo periodo en 2007.



En 2008, logramos reducir en 33% el índice de siniestralidad en nuestras operaciones

## Sistema de Administración de Seguridad y Salud Ocupacional (SASSO)

Probado y comprobado –con éxito– en otras Unidades de Negocio de FEMSA, **SASSO** es la estrategia de la compañía que, sumada a los esfuerzos llevados a cabo en todas nuestras operaciones, busca evitar las lesiones y promover la salud de nuestros colaboradores; partiendo de la premisa de que todos los accidentes de trabajo se pueden prevenir.

**SASSO** se divide en dos grandes pilares, la Seguridad y la Salud, que impactan cuatro ámbitos que involucran a todos nuestros colaboradores:

- **Nuestro comportamiento:** La generación de una cultura de auto-responsabilidad en salud y seguridad.
- **Entorno laboral:** Identificación, eliminación y/o control de factores de riesgo y procesos y procedimientos seguros.
- **Entorno familiar:** Promoción y prevención de la salud y seguridad en nuestras familias y comunidades.
- **Atención a la salud:** servicios de salud ocupacional adecuados con un enfoque preventivo.

## Salud y Bienestar para colaboradores y familia

En Coca-Cola FEMSA, estamos comprometidos en contribuir al bienestar social a través de iniciativas, programas y proyectos que promuevan una cultura de salud y auto-cuidado, que lleve a nuestros colaboradores y sus familias, proveedores, clientes, consumidores y comunidades a mejorar su calidad de vida.

Alineados a nuestro *Sistema de Seguridad y Salud Ocupacional (SASSO)*, llevamos a cabo programas institucionales que permiten a nuestro personal contar con diversas alternativas para la revisión de su salud y la prevención de enfermedades; así como, la promoción de una alimentación saludable.

Un claro ejemplo es *Crecimiento y Desarrollo*, un programa llevado a cabo en Colombia que incluyó el análisis clínico de 400 hijos de colaboradores para la identificación oportuna de posibles padecimientos y sesiones informativas con los padres de familia sobre temas de salud relevantes para el cuidado de sus hijos.

En Argentina, desarrollamos un amplio programa de salud y seguridad orientado a promover y fortalecer una cultura de prevención, a través de cursos de capacitación, manejo de emergencias y programas de inducción para contratistas. Como apoyo a esta iniciativa, en 2008 el *Servicio Médico* de la empresa ofreció más de 1,800 revisiones médicas a través de consultorios ubicados en los diferentes centros de trabajo. Adicionalmente, más de 200 colaboradores se unieron al *Espacio Saludable*, gimnasio exclusivo para colaboradores de la Operación.



En la operación de Argentina, más de 200 colaboradores se unieron al Espacio Saludable, un gimnasio exclusivo para colaboradores de la Operación







## SALUD Y BIENESTAR

Contribuimos al bienestar social apoyando acciones y programas que promuevan una cultura de salud y auto-responsabilidad para la mejora de la calidad de vida de nuestras comunidades, clientes y consumidores. Nos enfocamos al *consumo responsable*, así como al fomento de la nutrición y la actividad física.

# Nuestras Acciones Generan Valor



## CENTROAMÉRICA <sup>(1)</sup>

**11,353 beneficiados**

Salud  
Programas 2  
Personas Beneficiadas 10,133

Deporte  
Programas 1  
Personas Beneficiadas 1,000

Deporte Amateur  
Programas 1  
Personas Beneficiadas 220

## COLOMBIA

**209,611 beneficiados**

Salud  
Programas 1  
Personas Beneficiadas 204,000

Deporte  
Programas 7  
Personas Beneficiadas 5,611

## MÉXICO

**124,462 beneficiados**

Salud  
Programas 32  
Personas Beneficiadas 16,762

Deporte  
Programas 6  
Personas Beneficiadas 22,700

Deporte Amateur  
Programas 1  
Personas Beneficiadas 85,000

## VENEZUELA

**31,000 beneficiados**

Salud  
Programas 6  
Personas Beneficiadas Comunidades Locales

Deporte Amateur  
Programas 2  
Personas Beneficiadas 31,000

## BRASIL

**8,951 beneficiados**

Salud  
Programas 1  
Personas Beneficiadas 3,551

Deporte  
Programas 1  
Personas Beneficiadas 400

Deporte Amateur  
Programas 1  
Personas Beneficiadas 5,000

## ARGENTINA

**3,528 beneficiados**

Salud  
Programas 2  
Personas Beneficiadas Comunidad Local

Deporte  
Programas 2  
Personas Beneficiadas 3,528



(1) Incluye Guatemala, Nicaragua, Costa Rica y Panamá

En Coca-Cola FEMSA, nos comprometemos con la prevención en salud. Fomentamos los estilos de vida saludables para garantizar el bienestar de nuestra gente y las comunidades en las que operamos.



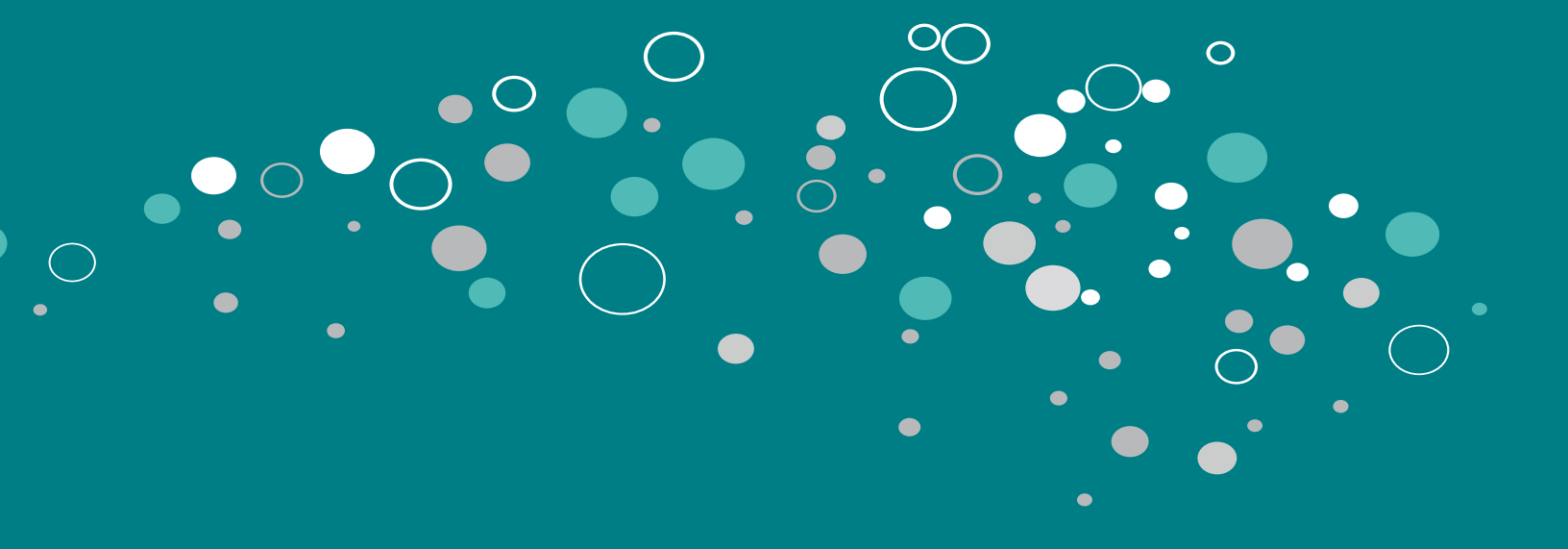
En 2008, realizamos 66 actividades de salud y bienestar.



Beneficiamos a más de 388 mil personas.



Invertimos más de 2.8 millones de dólares en programas de salud y deporte.



# Salud y Bienestar



A través del fortalecimiento de nuestro compromiso social, buscamos satisfacer las necesidades del entorno inmediato a nuestros centros de trabajo e instalaciones. En este sentido, desarrollamos programas integrales de salud, que cubren aspectos como el fomento de estilos de vida saludable, nutrición y actividad física.

## Estilos de vida saludable

En Coca-Cola FEMSA colaboramos directamente con los grupos de interés locales en programas de medicina preventiva y jornadas de vacunación. Además, apoyamos a instituciones que combaten padecimientos específicos y desarrollamos acciones para llevar servicios básicos de salud a zonas marginadas.

En México, hemos sido pioneros en la implementación de programas que promueven el consumo responsable, la nutrición y el desarrollo de actividades físicas para la prevención de enfermedades.

A través de *Plaza de la Ciudadanía*, iniciativa llevada a cabo en Brasil, más de 3,500 personas de la comunidad cercanas tuvieron acceso gratuito a diversos servicios de salud: exámenes de diabetes, presión arterial, conocimientos sobre alimentación saludable y orientación jurídica, entre otros.



Más de 3,500 personas de la comunidad brasileña tuvieron acceso gratuito a diversos servicios de salud



## Nutrición y actividad física

En Coca-Cola FEMSA, sabemos que la práctica regular de actividad física aporta un gran beneficio a la salud. Por eso, apoyamos el deporte en todos los niveles, especialmente el *amateur*, a través del patrocinio de clínicas deportivas y torneos para su práctica recreativa. En 2008, invertimos más de 2.3 millones de dólares en programas deportivos.

Nuestra División México, en conjunto con Coca-Cola Export, continúa impulsando la **Copa Coca-Cola**, el torneo de fútbol juvenil más importante del país. El evento ha permitido formar un semillero de talentos, fomentar el trabajo en equipo y animar a los jóvenes a tener una actividad física para bien de su salud. En la novena copa, participaron 13,600 alumnos de más de 850 escuelas.

Niños de Centroamérica participan cada año de la **Copa KOF**, un tradicional torneo de fútbol infantil que promueve el estilo de vida saludable.



En el 2008 invertimos más de 2.3 millones de dólares en diversos programas deportivos







## VINCULACIÓN CON LA COMUNIDAD

Comprometemos a cada uno de nuestros centros de trabajo y plantas a construir relaciones de largo plazo, armónicas, confiables y de beneficio mutuo con nuestras comunidades, socios comerciales, clientes y consumidores, a través de la promoción del respeto a los Derechos Humanos, la educación, la generación de oportunidades económicas y el apoyo a iniciativas locales congruentes con nuestras guías de acción.

# Nuestras Acciones Generan Valor

GRI EC8



MÉXICO

**6,900,000 beneficiados**

Arte y cultura

Programas 28

Beneficiados 6,900,000



VENEZUELA

**291,942 beneficiados**

Educación

Programas 2

Beneficiados 285,931

Arte y Cultura

Programas 1

Beneficiados Comunidades Locales

Impulso Económico

Programas 2

Beneficiados 6,011



CENTROAMÉRICA <sup>(1)</sup>

**10,133 beneficiados**

Educación

Programas 1

Beneficiados 10,133



COLOMBIA

**13,705 beneficiados**

Educación

Programas 4

Beneficiados 7,175

Impulso Económico

Programas 2

Beneficiados 6,530



BRASIL

**34,600 beneficiados**

Educación

Programas 3

Beneficiados 11,600

Arte y Cultura

Programas 3

Beneficiados 19,400



ARGENTINA

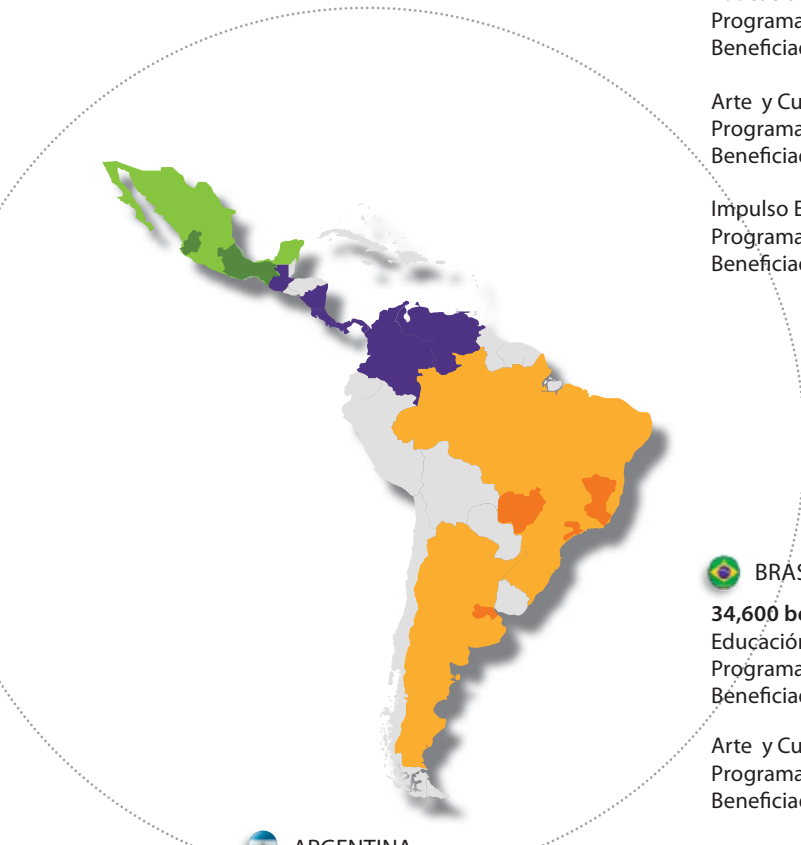
**1,789 beneficiados**

Impulso Económico /

Infraestructura Pública

Programas 1

Beneficiados 1,789



(1) Incluye Guatemala, Nicaragua, Costa Rica y Panamá



Implementamos iniciativas enfocadas a la educación y la productividad, al apoyo de comunidades frente a desastres naturales y de vinculación de los centros de trabajo/ instalaciones con sus vecinos inmediatos.



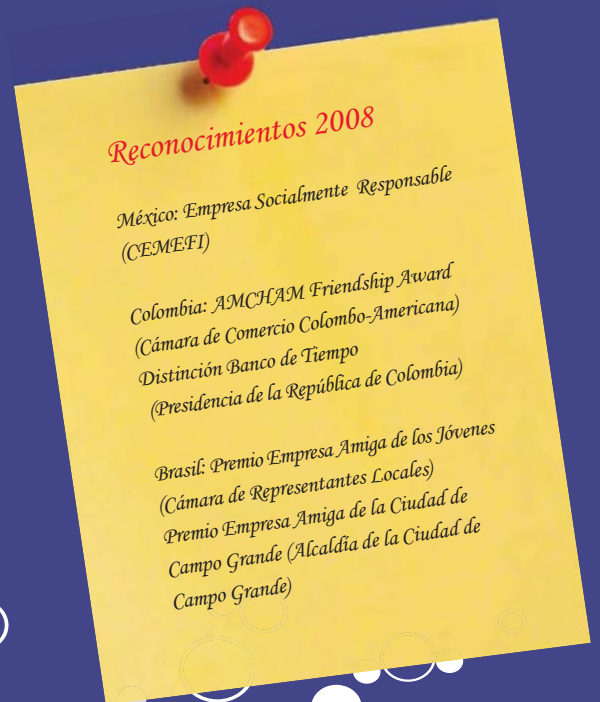
En 2008, ejecutamos 47 actividades de Desarrollo Comunitario.



Beneficiamos a más de 7 millones de personas.



Invertimos más de 30 millones de dólares en programas comunitarios.



### Reconocimientos 2008

México: Empresa Socialmente Responsable  
(CEMSEFI)

Colombia: AMCHAM Friendship Award  
(Cámara de Comercio Colombo-Americana)  
Distinción Banco de Tiempo  
(Presidencia de la República de Colombia)

Brasil: Premio Empresa Amiga de los Jóvenes  
(Cámara de Representantes Locales)  
Premio Empresa Amiga de la Ciudad de  
Campo Grande (Alcaldía de la Ciudad de  
Campo Grande)

A través de diversas iniciativas, nos comprometemos con el desarrollo social de nuestros vecinos inmediatos.

Buscamos permanentemente conocer mejor nuestro entorno, lo que nos permite diseñar esquemas de trabajo que respondan de manera más efectiva en las áreas de educación, arte y cultura, impulso económico y asistencia social.

Trabajamos de forma conjunta con el área de **Asuntos Comunitarios y Responsabilidad Social FEMSA** con la intención de impulsar la aplicación de herramientas para evaluar y, en su caso, mitigar el posible impacto de nuestras operaciones en sus comunidades inmediatas. Estas herramientas de análisis permiten a los responsables locales desarrollar planes específicos y construir una relación recíproca con sus comunidades.



## Coca-Cola FEMSA Colombia, pionero en programas para la reintegración

*Con el propósito de facilitar la reintegración de la población desmovilizada a la sociedad civil, en Coca-Cola FEMSA Colombia lanzamos en conjunto con la Alta Consejería para la Reintegración (ACR), Banco de Tiempo, una iniciativa que tiene como objetivo capacitar en actividades productivas y de formación empresarial a ex guerrilleros y ex paramilitares, brindándoles herramientas necesarias para llevar a cabo las labores productivas de sus microempresas, fortaleciendo así su compromiso con la creación de valor económico y social en las comunidades donde se encuentran.*

*Las jornadas de capacitación se realizaron mediante cursos dictados por 52 ejecutivos de la nuestra empresa, quienes voluntariamente y con el respaldo de la compañía, donaron su tiempo de trabajo para brindar herramientas empresariales prácticas a los reintegrados y aportar así a la construcción de un país tolerante e incluyente. Estas capacitaciones se dividieron en 5 grandes módulos: Desarrollo Humano, Aspectos Legales, Administración, Comercial y Producción.*



# Educación

## GRI 4.12

Estamos convencidos del gran valor de la educación como impulsor del crecimiento de la persona y su comunidad. Por eso, brindamos a nuestros grupos de interés diversas oportunidades:

- De grado académico a todos los niveles
- Conocimientos y habilidades productivas
- Desarrollo personal y comunitario
- Arte y cultura
- Apoyo a infraestructura educativa

Gracias al programa *Mi Tiendita*, impulsado por Coca-Cola FEMSA México y la Secretaría de Economía, capacitamos a más de 20 dueños de tiendas de abarrotes durante 14 sesiones, con la finalidad de generar un proceso de desarrollo competitivo de las empresas de comercio al detalle en la Ciudad de México y zonas conurbanas.

El apoyo a la difusión de la lectura ha sido una acción importante en Venezuela, donde cerca de 86,000 personas se beneficiaron con el programa *Refréscale Leyendo*, implementado por Coca-Cola FEMSA Venezuela en conjunto con The Coca-Cola Company y el Banco del Libro, organismo venezolano. Esta iniciativa promueve la creación de espacios de lectura y la realización de talleres de formación para padres de familia, maestros y bibliotecarios.

Adicionalmente, nuestra operación en Nicaragua desarrolló el programa *El Nacional en el Aula* que, a través de la publicación mensual de material educativo en prensa escrita, busca fomentar la lectura en los niños y proveer herramientas multiplicadoras de enseñanza para padres y maestros. En 2008, el programa benefició aproximadamente a 200,000 personas.

En Brasil, implementamos *Educación para el trabajo y Valorización del joven*, programas orientados a reducir la deserción escolar y el analfabetismo, además de desarrollar la autoestima y habilidades de interacción social de los participantes. *Valorización del joven* benefició en 2008 a un total de 1,000 jóvenes y redujo en un 95% el analfabetismo en las comunidades apoyadas.



En 2008 el programa *El Nacional en el Aula* benefició a cerca de 200,000 personas en materia de educación



# Arte y Cultura

## GRI 4.12

En Coca-Cola FEMSA buscamos, además, promover la educación y el desarrollo de las comunidades a través de la cultura. Es así como impulsamos eventos con un enfoque artístico entre nuestros grupos de interés.

En Brasil, miles de niños y jóvenes han tenido la oportunidad de acercarse al teatro a través del programa **Premio FEMSA al Teatro Infantil y Juvenil**. Durante 15 ediciones, esta iniciativa ha fomentado el desarrollo de expresiones artísticas como una forma de educación y entretenimiento en São Paulo. El programa, único en su tipo en Latinoamérica, opera a la par de otro llamado **FEMSA te lleva al Teatro**, que en 2008 benefició a 10,300 niños y jóvenes que pudieron acercarse al teatro y descubrir, en esta forma de expresión artística, una herramienta de educación y formación.



En 2008 10,300 niños de São Paulo pudieron acercarse al teatro como una forma de educación y entretenimiento

## Impulso Económico: Desarrollo de clientes

### GRI 4.12

En Coca-Cola FEMSA estamos convencidos de que la generación de valor económico y social es clave para el crecimiento de la organización. Por eso, trabajamos por integrar cada vez más nuestras acciones de Responsabilidad Social a los procesos clave del negocio.

En 2008, la **Escuela de Mercadeo** cumplió cinco años en Colombia. Se trata de un programa que nació con el objetivo de fidelizar las relaciones comerciales, mediante el desarrollo de las habilidades competitivas de clientes clave.

A través de diferentes programas de capacitación que transmiten la cultura y capacidades estratégicas de la Compañía, la Operación promueve el fortalecimiento y lealtad de este grupo de interés, comprende mejor sus necesidades y comparte conocimientos sobre ejecución y servicio.

El programa incluye módulos de capacitación en Servicio al cliente, Liderazgo Participativo, Autoestima y Operadores logísticos.

## Impulso Económico: Asistencia Social

### GRI 4.12

Nos preocupamos por apoyar causas que contribuyan a mejorar la calidad de vida de nuestras comunidades, particularmente aquellas que se encuentran en condiciones de mayor marginación. Brindamos apoyo a través de programas propios o de instituciones de beneficencia que atienden alguna necesidad específica de la comunidad, como la alimentación, el vestido y la vivienda, así como la asistencia en situaciones de emergencia.

Gracias a acciones como *1 kilómetro de cobijas*, campañas del *Día de Reyes* y del *Día del Niño* y *Verano Útil*, y la participación de colaboradores y familias, Coca-Cola FEMSA México donó más de 850 cobijas, más de 1,000 juguetes y 65 piñatas, que beneficiaron a más de 1,500 niños.

En 2008, nuestra operación en Nicaragua donó un plato de comida gratuita a más de 10,000 niños de escasos recursos durante todos los días del año escolar. El programa *Un plato, una sonrisa* se lleva a cabo por medio de la *American Nicaraguan Foundation*, con el apoyo de Coca-Cola FEMSA Nicaragua y The Coca-Cola Company, y fomenta la solidaridad y participación cívica de nuestros colaboradores y sus familias.

Después de fuertes lluvias en Costa Rica, los colaboradores de Coca-Cola FEMSA se unieron para realizar una colecta de alimentos, ropa y artículos de limpieza para ayudar a los damnificados. Por su parte, Colombia apoyó a cerca de 204,000 personas en nivel de indigencia a través de los 14 *Bancos de Alimentos* que operan en las principales ciudades del país. En este esfuerzo, la empresa facilitó el servicio de transporte y equipo de refrigeración, brindó asesoría legal y contribuyó además con la donación de producto.

Con los fondos recaudados de la cuota de inscripción al programa *Vacacional*, exclusivo para los hijos de colaboradores, la operación de Argentina apoyó a la comunidad local mediante la compra de leche. La empresa aportó una cantidad igual a los recursos recaudados, con los cuales se adquirieron cerca de 6,000 litros de leche que fueron donados a siete escuelas y comedores. Con esta iniciativa, se benefició a aproximadamente 1,800 niños de las comunidades próximas a las instalaciones de la operación.



Con los fondos recaudados del programa Vacacional en Argentina, se adquirieron casi 6,000 litros de leche que fueron donados a siete escuelas y comedores







## CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE

Partiendo del principio de sostenibilidad, buscamos mantener nuestras operaciones en armonía con el planeta, mediante el desarrollo de iniciativas y programas que favorezcan la disminución o eliminación de su impacto al medio ambiente.

# Nuestras Acciones Generan Valor

GRIEN30



(1) Incluye Guatemala, Nicaragua, Costa Rica y Panamá





En Coca-Cola FEMSA, llevamos a cabo acciones con base en los principios de desarrollo sustentable y cuidado del medio ambiente en nuestros procesos de negocio y fomentamos la corresponsabilidad de nuestros grupos de interés. Creamos programas enfocados a la disponibilidad de agua potable en nuestras comunidades, el manejo adecuado y reciclaje de desechos, el desarrollo de procesos y empaques amigables con el medio ambiente, la reforestación y la minimización de uso de energía en nuestra cadena de valor y la mitigación de los efectos del cambio climático (aire limpio, reducción de emisiones, entre otras).



Durante el 2008, invertimos 2.1 millones de dólares en el cuidado del Medio Ambiente.



En este período, hemos ahorrado más de 3.4 millones de metros cúbicos de agua, cantidad suficiente para satisfacer las necesidades de más de 9,000 familias de cinco miembros durante un año.



Nuestras operaciones ahorran mas de 5,000 toneladas de PET, equivalente a mas de 225 millones de botellas de 600 ml. de bebida.

### Reconocimientos 2008

Brasil: Planet Trophy  
(The Coca-Cola Company)  
Premio Respeto al Medio Ambiente  
(Periódico Vale Paraibano)

Asignamos un alto valor a la gestión ambiental, ya que constituye un factor clave en el desarrollo sostenible tanto del entorno como de nuestra organización.

Es así como hemos definido tres líneas de acción: una estrategia en administración del agua, una para mitigar los efectos del cambio climático y otra de sostenibilidad en empaques.

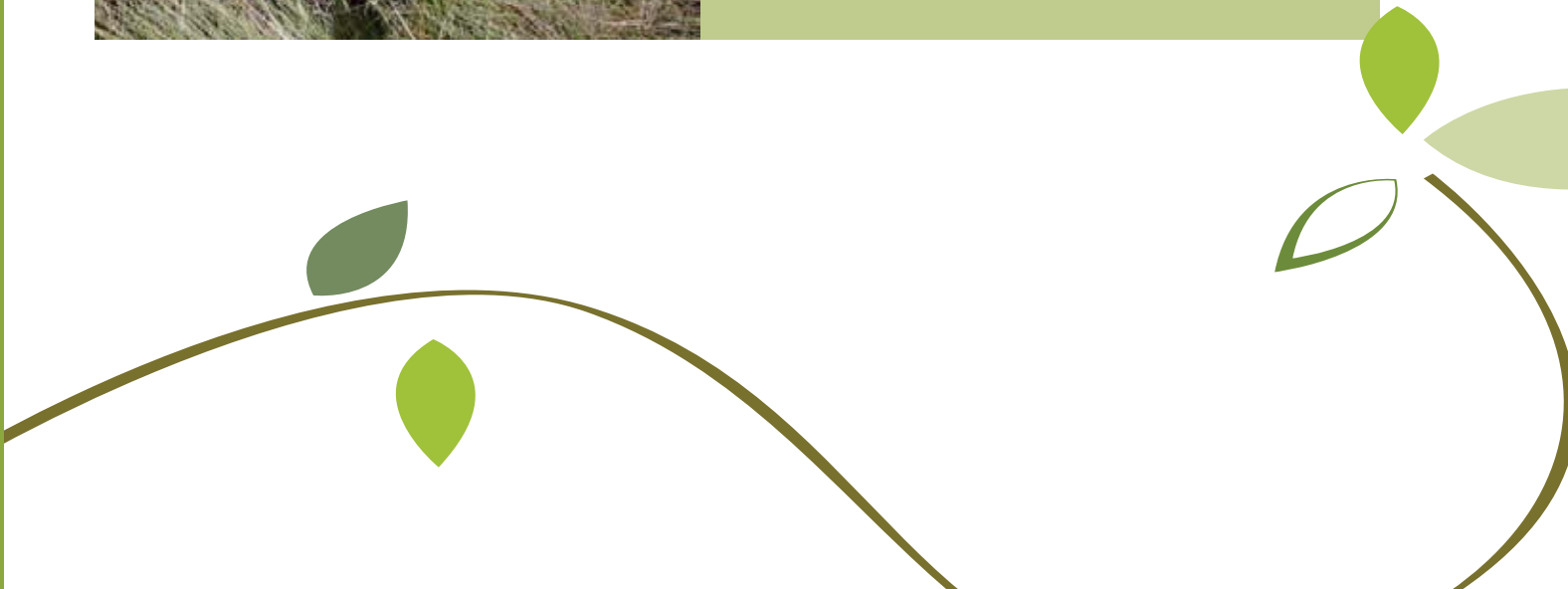


## Reforestación

*GRI 4.12, SO4 y SO5*

*Cada año, realizamos junto con el Grupo CIMSA (empresa de productos para manejo y almacenaje de materiales) y el Gobierno del Estado de México, una jornada de reforestación en el marco del proyecto Fábrica de Agua, en el Estado de México.*

*A través de estas jornadas, que convocan a colaboradores y sus familias, así como a miembros de la comunidad y autoridades interesadas en apoyar la causa, se crea un ambiente de convivencia y cooperación, y se promueve la educación ambiental. “El futuro de nuestras comunidades está sustentado principalmente en el uso responsable de los recursos naturales y el modo en que contribuimos a su adecuada renovación”, comentó Rafael Ramos, Director de Cadena de Suministro en México y uno de los principales impulsores de estas iniciativas.*



## Administración del agua

### EN8

Nuestra visión es regresar a la naturaleza la misma cantidad de agua que utilizamos en las embotelladoras para la manufactura de nuestros productos.

Desarrollamos estrategias enfocadas a minimizar su consumo en plantas, a tratar las aguas residuales, incrementar la eficiencia de su uso en la cadena de valor, reforestar, administrar el riesgo y, por supuesto, cumplir con las leyes y normas en esta materia.

Gracias a las mejoras implementadas, durante 2008 ahorramos cerca de 890,000 metros cúbicos de agua, equivalentes al consumo promedio anual de más de 2,500 familias de cinco miembros cada una.

En 2008 concluimos la construcción de la **Planta de Tratamiento de Aguas Residuales** en Panamá e iniciamos la de otra en Barcelona, Venezuela. Con esto, continuamos habilitando a nuestras instalaciones en el tratamiento de aguas residuales antes de ser vertidas al alcantarillado o a algún cuerpo de agua, así como en el cumplimiento de las regulaciones locales y las normas de The Coca-Cola Company.

Con una inversión de cerca de 537 mil dólares, la operación de Colombia logró mejorar en más de 7% el índice de consumo de agua por litro de bebida producida. Asimismo, México inició con sus colaboradores un programa de detección de fugas, recuperación y reutilización de agua, que le permitió optimizar en cerca de 4% su consumo frente al 2007.

En 2008 apoyamos las labores de saneamiento y recuperación del **Humedal Capellanía**, un importante manto acuífero en Colombia. La empresa, en conjunto con la Secretaría del Medio Ambiente de ese país y otras organizaciones, firmaron el Pacto por la Recuperación del Humedal Capellanía, que representa el arranque de proyectos que permitirán reforzar el equilibrio natural del ecosistema.

Adicionalmente, la operación llevó a cabo por tercer año consecutivo, **Todos por el Agua**, una jornada de limpieza de costas, playas y humedales que contó con la participación de 2,000 voluntarios. A través de este programa, realizado junto con The Coca-Cola Company y otras empresas en 6 ciudades de México, se retira basura de estos lugares (16 toneladas en 2008) y se fomenta así el desarrollo de hábitos de cuidado ambiental entre la población participante.



Gracias a la implementación de iniciativas de optimización de consumo de agua, durante 2008 ahorramos cerca de 890,000 metros cúbicos de este recurso, equivalentes al consumo promedio anual de más de 2,500 familias de cinco miembros cada una

# Mitigación del Cambio Climático

*GRI EN5, EN6, EN7, EN16, EN17 y EN26*

En este rubro, nuestra visión es compensar al 100% la emisión de Gases con Efecto Invernadero (GEI) generados en nuestras plantas y reducir significativamente la emisión de GEI provenientes de nuestros procesos de distribución y equipos de refrigeración.

En este sentido, trabajamos por la reducción en el consumo de energéticos en nuestras plantas, la cuantificación de emisiones, la eficiencia de consumo eléctrico de los enfriadores y, sobre todo, la búsqueda de suministros a partir de fuentes renovables.

A través de mejoras operativas, auditorías energéticas y optimizaciones tanto tecnológicas como en los sistemas de control, logramos un ahorro equivalente a 7 millones de Gigajoules en nuestras plantas, energía suficiente para abastecer durante todo un año a más de 5,000 familias de cinco miembros cada una.

En Coca-Cola FEMSA Guatemala logramos ahorros cercanos a 200,000 litros de combustible frente a lo presupuestado para el 2008. Estos resultados fueron el producto de la implementación de un sistema especializado de reparación de motores en unidades de reparto. En Nicaragua, alcanzamos un ahorro de 150,000 litros y en Panamá redujimos el consumo en más de 120,000 litros frente a 2007.



**900 mil**  
refrigeradores de bajo  
consumo de energía

A través de nuestros programas de conservación de energía, hemos ahorrado en los últimos dos años la suficiente cantidad de energía como para satisfacer el consumo anual de más de 27,000 familias.



Logramos un ahorro equivalente a 7 millones de Gigajoules en nuestras plantas, energía suficiente para abastecer durante todo un año a más de 5,000 familias de cinco miembros cada una



## Sostenibilidad en empaques

GRI EN2, EN5, EN6, EN7, EN26 Y EN27



En Coca-Cola FEMSA, procuramos seguir los más altos estándares de calidad a nivel internacional, asegurando que nuestros procesos generen el mínimo impacto al medio ambiente. Una de nuestras principales líneas de acción en este sentido es la sostenibilidad en nuestros empaques, que promueve el reciclado o reutilización del equivalente a la cantidad de envases primarios y secundarios que utilizamos.

Llevamos a cabo importantes procesos de aligeramiento y optimización de empaques, reciclaje en plantas y centros de distribución, que contribuyen significativamente al cuidado del entorno y, además, a la generación de ahorros importantes para la organización. Gracias a estas iniciativas, nuestras operaciones ahorraron durante el 2008 más de 5,000 toneladas de PET, equivalentes a más de 225 millones de botellas de 600 ml de bebida. Con este logro, evitamos además la emisión de alrededor de 30,000 toneladas de CO<sup>2</sup> y contribuimos así con la mitigación del calentamiento global.

Nuestros envases son elaborados con materiales reciclables, entre ellos, vidrio, aluminio y PET. En 2008, casi una tercera parte de nuestro volumen de ventas correspondió a envases retornables o reutilizables.

La planta de *Industria Mexicana de Reciclaje (IMER)* inició operaciones en 2005 a través de una inversión conjunta entre nuestra empresa, The Coca-Cola Company de México y ALPLA (empresa productora de envases de PET). En 2008, esta planta de reciclado de PET botella a botella, procesó más de 12,000 toneladas de este material, de las cuales más de 7,800 fueron incorporadas a nuevas botellas. Además, el último año, la cantidad de PET reciclado en IMER se incrementó en un 70% en comparación con el 2007.

Por otro lado, el primer concurso *ECOPET Coca-Cola*, realizado en 2008 en Veracruz y Tabasco, en México, fue todo un éxito. El proyecto se organizó en conjunto con autoridades ambientales y logró que alumnos de 245 escuelas primarias de las principales ciudades de estos estados recolectaran 212 toneladas de envases.

En 2008, el programa *Misión Planeta*, desarrollado e implementado por Coca-Cola FEMSA Costa Rica, en conjunto con Coca-Cola Industrias S.A., cumplió 10 años de promover la cultura de reciclaje de empaques de plástico. Durante este año, se recolectaron 1,187 toneladas métricas de plástico. Este insumo, luego de ser molido, es convertido en poliéster para la elaboración de telas, envases y otras aplicaciones.

En Coca-Cola FEMSA Argentina avanzamos en la utilización de empaques más ligeros. Además, logramos aumentar el reciclaje de residuos, implementar esquemas de recuperación o reutilización de aguas de lluvia y aguas de salida en nuestras plantas, así como evaluar periódicamente nuestro estatus respecto a la emisión de gases de efecto invernadero, y planificar mejoras adicionales.

**Nuestras operaciones ahorraron más de 5,000 toneladas de PET, equivalentes a más de 225 millones de botellas de 600 ml de bebida**





# Visión Global

Una larga historia de innovación, trabajo y ahorro nos ha forjado como empresa a través del tiempo. Una filosofía humanista en donde la persona está en el centro de las decisiones, sin existir consideración económica por encima de su dignidad, ha sido el cimiento de nuestra cultura basada en valores y ha guiado, permanentemente, nuestra actuación cotidiana.

Es así como buscamos trascender, generando simultáneamente valor económico y social a través de iniciativas que nos permitan impactar favorablemente a nuestros públicos de interés.

Nos dedicamos a nuestro compromiso social, buscando que con una adecuada planeación estratégica, un detallado análisis del entorno, así como la documentación de las mejores prácticas y resultados, podamos replicar casos de éxito y ofrecer así, la mayor rentabilidad social de nuestra inversión en los distintos ámbitos de la responsabilidad social empresarial, en todos los territorios donde participamos.





## Calidad de Vida en la Empresa

GRI LA1, LA2 y LA13

### Niños KOF

A través del programa *Niños KOF*, hemos reconocido en México a más de 13,000 hijos de nuestros colaboradores por el desempeño sobresaliente en sus estudios. En 2008, se distinguió a más de 4,000 hijos de empleados que obtuvieron promedios escolares de 9 y 10.



# México

• Empleos: <sup>(1)</sup>	27,122
• Programas sociales:	126
Calidad de Vida en la Empresa	49
Salud y Bienestar	39
Vinculación con la Comunidad	28
Cuidado del Medio Ambiente	10
• Plantas de tratamiento de aguas residuales:	20
• Personas beneficiadas:	7,176,702

(1) En México se reportan 26,630 colaboradores de la Operación y 492 de Corporativo Oficinas Cnetrales



## Salud y Bienestar

GRI 4.12

### Copa Coca-Cola

Junto con Coca-Cola de México, continuamos impulsando el torneo de fútbol juvenil más importante del país. El evento ha permitido formar un semillero de talentos, fomentar el trabajo en equipo y la actividad física. En la novena edición de esta copa, participaron 13,600 alumnos de más de 850 escuelas.







## Vinculación con la Comunidad

GRI 4.12

### Donaciones

A través de programas como, *1 kilómetro de cobijas*, *Día de Reyes*, *Día del Niño* y *Verano Útil*, colaboradores y familias beneficiaron a más de 1,500 niños con la donación de 853 cobijas, 1,099 juguetes y 65 piñatas.



### Mi Tiendita

Gracias a *Mi Tiendita*, iniciativa conjunta con la Secretaría de Economía, capacitamos a más de 20 dueños de tiendas de abarrotes.

### Misión Coca-Cola

A través de *Misión Coca-Cola*, niños de escuelas primarias, secundarias y educación superior conocieron el proceso de elaboración de nuestras bebidas e la importancia de tener hábitos saludables, hacer ejercicio, llevar una buena alimentación y cuidar del medio ambiente.



## Cuidado del Medio Ambiente

GRI 2.10, 4.12, EN5, EN6, EN13 y EN26

### IMER, Planta de Reciclaje PET

La planta de *Industria Mexicana de Reciclaje* (IMER) inició operaciones en 2005 a partir de una inversión conjunta entre nuestra empresa, Coca-Cola de México y ALPLA (empresa productora de envases de PET).

En 2008, esta planta procesó más de 12,000 toneladas de este material, de las cuales más de 7,800 fueron incorporadas a nuevas botellas. Durante este año, la cantidad de PET reciclado en IMER se incrementó en un 70% en comparación con 2007.

### Concurso ECOPET Coca-Cola

El primer concurso *ECOPET* Coca-Cola, realizado en 2008 en Veracruz y Tabasco, en México, fue todo un éxito. El proyecto se organizó en conjunto con autoridades ambientales y logró que alumnos de 245 escuelas primarias de las principales ciudades de estos estados recolectaran 212 toneladas de envases.

### Fábrica de Agua

Iniciamos un proyecto en colaboración con *Probosque*, la Comisión Estatal de Parques Naturales y Fauna y la Comisión Nacional Forestal, para la reforestación de 500 hectáreas del Parque Nacional Nevado de Toluca.

Por medio de esta iniciativa, que empezó en 2006, sembramos 670 mil árboles al cierre de 2008, establecimos y mantuvimos un vivero con capacidad anual de 500 mil plantas, e implementamos programas de educación ambiental y de prevención de incendios en las comunidades aledañas.





## Centroamérica

- Empleos <sup>(1)</sup>: 5,295
- Programas sociales: 17
  - Calidad de Vida en la Empresa 4
  - Salud y Bienestar 1
  - Cuidado del Medio Ambiente 2
- Plantas de tratamiento de aguas residuales <sup>(2)</sup>: 2
- Personas beneficiadas: 33,068

(1) Incluye externos

(2) 02 plantas de tratamiento en Costa Rica (Calle Blancos y Planta Coronado) y 02 plantas en Panamá



## Calidad de Vida en la Empresa

GRI LA1, LA2, LA10, LA11 y LA13

### Capacitación

Durante 2008, ofrecimos a nuestros colaboradores más de 44,500 horas-hombre de capacitación, con formación en temas operativos de seguridad, desarrollo gerencial y humano.



### Celebración de Fiestas y Tradiciones

Con la intención de fortalecer los valores y la integración familiar, nuestras operaciones en Centroamérica participaron de las fiestas y tradiciones locales más importantes. Eventos como el *Día de la Madre*, *Día del Padre*, *Día del Niño*, *Día de la Independencia* y *Navidad* reunieron a más de 4,400 personas.

### Verano Saludable

En 2008 cerca de 200 jóvenes, hijos de nuestros colaboradores de Panamá, participaron en las jornadas de *Verano Saludable*, un evento deportivo y recreativo que contó con talleres de comunicación, valores, trabajo en equipo y desarrollo de habilidades de liderazgo.





## Salud y Bienestar

GRI 4.12

### Copa KOF

Niños de Centroamérica participan cada año de la **Copa KOF**, un tradicional torneo de fútbol infantil que promueve el estilo de vida saludable.



## Vinculación con la Comunidad

GRI 4.12

### Un Plato, una Sonrisa

Es una iniciativa que fomenta la solidaridad y participación cívica de nuestros colaboradores y sus familias en Nicaragua. El programa es auspiciado por la **American Nicaraguan Foundation**, con el apoyo de Coca-Cola FEMSA Nicaragua y The Coca-Cola Company. En 2008, dimos un plato de comida gratuita a más de 10,000 niños de escasos recursos durante todos los días del año escolar.

### Apoyo en Desastres Naturales

Luego de las fuertes lluvias que afectaron a Costa Rica y que dejaron a miles de personas sin hogar, realizamos una colecta de alimentos, ropa y artículos de higiene personal para apoyar a los damnificados.



## Cuidado del Medio Ambiente

GRI 2.10, 4.12, EN5, EN6, EN13 y EN26

### Misión Planeta

En 2008, el programa **Misión Planeta**, desarrollado en conjunto con Coca-Cola Industrias S.A., cumplió 10 años de promover la cultura del reciclaje de envases de plástico. Durante este año, se recolectaron 1,187 toneladas métricas de plástico que, luego de ser molido, es convertido en poliéster para la elaboración de telas, empaques y otras aplicaciones.



### Ahorros en Combustible

En Coca-Cola FEMSA Guatemala logramos ahorros cercanos a 200,000 litros de combustible frente a lo presupuestado para el 2008, gracias la implementación de un sistema especializado de reparación de motores en unidades de reparto. En Panamá redujimos el consumo en más de 120,000 litros frente a 2007.

Por su parte, Coca-Cola FEMSA Nicaragua, con un programa similar, que además incluyó capacitación a conductores y el cambio de algunas unidades, tuvo ahorros cercanos a los 150,000 litros sobre su plan anual de consumo de combustible.



# Colombia

• Empleos <sup>(1)</sup> :	7,797
• Programas sociales:	55
Calidad de Vida en la Empresa	38
Salud y Bienestar	8
Vinculación con la Comunidad	6
Cuidado del Medio Ambiente	3
• Plantas de tratamiento de aguas residuales <sup>(2)</sup> :	6
• Personas beneficiadas:	3,239,311

(1) Incluye externos

(2) 06 plantas de agua potable y de residuales en tratamiento primario (con tratamineto completo)



## Calidad de Vida en la Empresa

GRI LA10 y LA11

### Andando Seguro

A través del programa **Andando Seguro**, buscamos impulsar la cultura del auto-cuidado y seguridad mediante diversas herramientas de comunicación y capacitación a nivel nacional. Durante 2008, este proyecto impactó positivamente a casi 8,000 colaboradores.



## Salud y Bienestar

GRI 4.12

### Crecimiento y Desarrollo

Durante 2008, implementamos **Crecimiento y Desarrollo**, un programa que incluyó la realización de análisis clínicos a 400 hijos de colaboradores para la identificación oportuna de posibles padecimientos, así como sesiones informativas con los padres sobre temas de salud relevantes para el cuidado de sus familias.

### Torneos Deportivos

A lo largo del 2008, organizamos diversos torneos deportivos de fútbol, voleibol, softbol, entre otros, en los que participaron más de 5,600 personas.



## Vinculación con la Comunidad

GRI 4.12

### Banco de Tiempo

Con el propósito de facilitar la reintegración a la sociedad civil de la población desmovilizada, en 2008 lanzamos en junto con la Alta Consejería para la Reintegración (ACR), **Banco de tiempo**, una iniciativa que tiene como objetivo capacitar a ex guerrilleros y ex paramilitares en actividades productivas y de formación empresarial, brindándoles herramientas necesarias para llevar a acabo las labores productivas de sus microempresas. En esta tarea, participaron 52 voluntarios de Coca-Cola FEMSA que donaron parte de su tiempo libre como capacitadores.



### Ludotecas

Apoyamos el programa **Ludotecas** de la Corporación Día del Niño. A través de la habilitación de estos espacios públicos gratuitos, niños, padres e familia y maestros pueden entrar en contacto con actividades que fomentan la creatividad y la imaginación. Adicionalmente, a través de la lúdica se estimulan valores y habilidades que permiten a los niños crecer como seres humanos responsables, solidarios y tolerantes. Apadrinamos, además, la Ludoteca **La Tora** en Barrancabermeja y apoyamos con la dotación de material a la Ludoteca **San Martín** en Medellín. En 2008, beneficiamos a más de 7,000 personas con estos programas.



### Banco de Alimentos

Durante 2008, cerca de 204,000 personas en nivel de indigencia se beneficiaron de la labor de los 14 Bancos de Alimentos que operan en las principales ciudades de Colombia. En este esfuerzo, facilitamos el servicio de transporte y equipo de refrigeración, brindamos asesoría legal y además, contribuimos con la donación de producto.



## Cuidado del Medio Ambiente

GRI 4.12 y EN13

### Humedal Capellanía

En 2008, apoyamos las labores de saneamiento y recuperación del **Humedal Capellanía**, un importante manto acuífero en Colombia que había sufrido deterioro en su entorno natural. La empresa, junto con la Secretaría del Medio Ambiente del país y otras organizaciones, firmó el Pacto por la Recuperación del Humedal Capellanía el cual dará la pauta para el arranque de proyectos que permitirán reforzar el equilibrio natural del ecosistema.

### Ahorro de Agua

Durante 2008, invertimos en nuestras plantas cerca de 537,000 dólares para reducir nuestro consumo de agua; logrando mejorar en más de 7% el índice de consumo de agua por litro de bebida producida.

### Todos por el Agua

Adicionalmente, llevamos a cabo por tercer año consecutivo la jornada de limpieza de costas, playas y humedales **Todos por el Agua**. Este programa se realiza en conjunto con The Coca-Cola Company y otras empresas en 6 ciudades del país. Su objetivo principal es retirar la basura de las comunidades. En 2008, alcanzamos casi las 16 toneladas, y fomentamos el desarrollo de hábitos para proteger al medio ambiente entre cerca de 2,000 voluntarios.





# Venezuela

- Empleos <sup>(1)</sup>: 7,930
- Programas sociales: 24
  - Calidad de Vida en la Empresa 10
  - Salud y Bienestar 8
  - Vinculación con la Comunidad 5
  - Cuidado del Medio Ambiente 1
- Plantas de tratamiento de aguas residuales <sup>(2)</sup>: 2
- Personas beneficiadas: 616,808

(1) Incluye externos

(2) 01 planta en Maracaibo y 01 en Barcelona



## Calidad de Vida en la Empresa

GRI LA10 y LA11

### Reducción de Accidentes

Redujimos en nuestra operación de Venezuela un 75% el número de accidentes causales de incapacidad durante el primer trimestre de 2008, con respecto al mismo periodo del año anterior.



## Salud y Bienestar

GRI 4.12

### Juegos Deportivos Coca-Cola FEMSA Valencia 2008

En la ciudad de Valencia, celebramos la primera edición de los *Juegos Deportivos Coca-Cola FEMSA Valencia 2008*, con que contó con la participación de más de 340 colaboradores en varias disciplinas.

### Caimaneras de Béisbol

A través del apoyo a las *Caimaneras de Béisbol*, fomentamos en el país este popular deporte.

El programa consiste en la organización de torneos de inscripción gratuita, clínicas deportivas impartidas por beisbolistas destacados y la entrega de reconocimientos. Esta iniciativa, que promueve entre los jóvenes el deporte y los valores, benefició a 7,000 personas en 2008.



### El Nacional en el Aula

En 2008 apoyamos el programa *El Nacional en el Aula* que, a través de la publicación mensual de material educativo en el periódico, busca fomentar la lectura en los niños y proveer herramientas multiplicadoras de enseñanza para padres y maestros. Este programa benefició a 200,000 personas en el último año.



GRI 4.12

### Vinculación con la Comunidad

#### Refréscale Leyendo

El apoyo a la difusión de la lectura ha sido una acción importante en Venezuela, donde cerca de 86,000 personas se beneficiaron con el programa *Refréscale Leyendo*, desarrollado en conjunto con The Coca-Cola Company y el Banco del Libro, organismo venezolano. Esta iniciativa promueve la creación de espacios de lectura y la realización de talleres de formación para padres de familia, maestros y bibliotecarios.





## Calidad de Vida en la Empresa

GRI LA1, LA2 y LA13

### Día de la Familia

Bajo el lema *Tu manera de ser feliz*, celebramos en Brasil la sexta edición del *Día de la Familia*. El evento se realizó en 14 ciudades simultáneamente, y reunió a más de 40 mil colaboradores y familiares. Jundáí, ciudad en donde se ubica una de las plantas embotelladoras de productos Coca-Cola más grande del mundo, convocó a cerca de 15 mil colaboradores y familiares, quienes disfrutaron de espectáculos circenses y diversas actividades de recreación.

### Mujeres de Valor FEMSA

*Mujeres de Valor FEMSA*, uno de los principales programas de Desarrollo Social dirigido a las esposas de los colaboradores de Brasil, cumplió su segundo año con interesantes propuestas: talleres de gastronomía, maquillaje y costura, y obras de teatro especialmente creadas para transmitir los valores de la compañía.



## Brasil

- Empleos <sup>(1)</sup>: 13,349
- Programas sociales: 43
  - Calidad de Vida en la Empresa 27
  - Salud y Bienestar 3
  - Vinculación con la Comunidad 7
  - Cuidado del Medio Ambiente 6
- Plantas de tratamiento de aguas residuales: 3
- Personas beneficiadas: 143,700

(1) Incluye externos



### Campamento de Jóvenes FEMSA

En 2008 se celebró el primer *Campamento de Jóvenes FEMSA* para hijos de colaboradores de REMIL, empresa recientemente incorporada a Coca-Cola FEMSA Brasil. Más de 1,400 jóvenes asistieron a la actividad y participaron de diferentes prácticas formativas y recreativas.





## Salud y Bienestar

GRI 4.12

### Plaza de la Ciudadanía

A través *Plaza de la Ciudadanía*, iniciativa llevada a cabo en Brasil, más de 3,500 personas de la comunidad cercana tuvieron acceso gratuito a diversos servicios de salud: exámenes de diabetes, presión arterial, conocimientos sobre alimentación saludable y orientación jurídica, entre otros.



## Cuidado del Medio Ambiente

GRI 4.12 y EN13

### Programas de Reforestación

En 2008, invertimos 400,000 dólares en la reforestación y protección de cuencas como parte del proyecto *Bosques Tropicales*, que busca conservar la vegetación y los manantiales de la Sierra de Japi en Jundáí. Mediante este programa, rescatamos 3.3 millones de árboles. Además, a través de *Floresta del Futuro Cristal*, en conjunto con SOS Mata Atlántica, organización brasileña sin fines de lucro, logramos preservar el espacio hidrográfico del río Tietê, donde además de sembrar árboles, apoyamos el rescate de 80 especies vegetales endémicas.



## Vinculación con la Comunidad

GRI 4.12

### Educación para el trabajo y Valorización del joven

Son dos programas que buscan reducir la deserción escolar y el analfabetismo. El segundo de ellos, benefició en 2008 a un total de 1,000 jóvenes y redujo en un 95% el analfabetismo en las comunidades apoyadas. Ambas iniciativas buscan, además, desarrollar la autoestima y las habilidades de interacción social de los participantes.

### Premio FEMSA al Teatro Infantil y Juvenil y FEMSA te lleva al Teatro

Miles de niños y jóvenes en Brasil tuvieron la oportunidad de acercarse al género teatral gracias al *Premio FEMSA al Teatro Infantil y Juvenil*. Desde sus inicios, hace 15 ediciones, el programa tiene como objetivo promover el desarrollo de expresiones artísticas como una forma de educación y entretenimiento en São Paulo.

El proyecto, único en su tipo en Latinoamérica, opera a la par de *FEMSA te lleva al Teatro*, que en 2008 benefició a 10,300 niños y jóvenes.



# Argentina

- Empleos <sup>(1)</sup>: 3,528
- Programas sociales: 15
  - Calidad de Vida en la Empresa 9
  - Salud y Bienestar 4
  - Vinculación con la Comunidad 1
  - Cuidado del Medio Ambiente 1
- Plantas de tratamiento de aguas residuales <sup>(2)</sup>: 2
- Personas beneficiadas: 28,794

(1) Incluye externos  
 (2) 01 planta de tratamiento de efluentes industriales en Alcorta y 01 de efluentes sanitarios / cloacales en UO Loma Hermosa



## Calidad de Vida en la Empresa

GRI LA1, LA2, LA10, LA11 y LA13

### Día de la Familia

Bajo el lema **Tu Familia es tu Equipo**, celebramos en Argentina, una nueva edición del Día de la Familia, evento que reunió a cerca de 3 mil personas en un parque temático de Buenos Aires. Además de recorrer el lugar, los invitados tuvieron la oportunidad de visitar el espacio exclusivo Familia FEMSA en donde se promovió nuestro Sistema de Desarrollo Social.



### Visitas de familiares a Plantas

A través de las Visitas de familiares a Plantas, 559 colaboradores, cónyuges e hijos, tuvieron la oportunidad de recorrer las instalaciones de Planta Alcorta, recibir pláticas informativas, de cultura ambiental y disfrutar de una convivencia recreativa.



### Junior KOFAR

**Junior KOFAR** es un programa de vinculación con la empresa mediante el que los hijos de colaboradores de 18 a 25 años, mediante el cual realizan sus prácticas profesionales en la empresa para adquirir conocimientos y experiencia laboral.

### MBA in Company

En 2008, 41 colaboradores de la operación participaron en el programa **MBA in Company** (Maestría en Administración de Empresas) impartido por la Escuela de Dirección de Empresas de la Universidad Argentina de la Empresa, con el objetivo de potenciar sus capacidades y desarrollar una visión innovadora de los negocios.



## Salud y Bienestar

GRI 4.12

### Cultura de Prevención y Autocuidado

Desarrollamos un amplio programa de seguridad orientado a promover y fortalecer una cultura de prevención y autocuidado, a través de cursos de capacitación, manejo de emergencias y hasta planes de inducción para contratistas. Como apoyo a esta iniciativa, en 2008, el Servicio Médico de la empresa ofreció más de 1,800 revisiones médicas a través de consultorios ubicados en los diferentes centros de trabajo.

### Torneo de Fútbol y Espacio Saludable

Con la intención de promover la actividad física y sus beneficios para la salud, cada año se lleva a cabo el **Torneo de Fútbol** para los colaboradores. En la edición 2008, participaron más de 3,000 colaboradores y familiares.

Además, se creó el Espacio Saludable en Planta Alcorta, un gimnasio en el que más de 200 colaboradores realizan actividades físicas y actividades grupales.



## Vinculación con la Comunidad

GRI 4.12

### Donación de Leche

Con los fondos recaudados de la cuota de inscripción al programa Vacacional para hijos de colaboradores y el aporte de la empresa, se adquirieron aproximadamente 6,000 litros de leche que fueron donados a siete escuelas y comedores. Con esta iniciativa, se benefició a cerca de 1,800 niños de las comunidades próximas a las instalaciones de la operación.



## Cuidado del Medio Ambiente

EN26

### Reducción en Consumo de Agua

Gracias a las mejoras realizadas en las diversas áreas de producción, en 2008, redujimos un 8% el consumo de agua en Planta Alcorta frente al 2007.

### Apoyo a la Fundación del Hospital de Pediatría Garrahan

Nos sumamos al Programa de reciclado de papel de Fundación Garrahan, que tiene como objetivo recaudar fondos para el desarrollo integral del Hospital que lleva el mismo nombre y, a la vez, proteger el medio ambiente. Gracias al aporte de los colaboradores, ya se donaron más de 8 toneladas de papel.



# Reconocimientos

GRI 2.10



## México

- Empresa Socialmente Responsable (CEMEFI)
- Great Place to Work



## Colombia

- AMCHAM Friendship Award (Cámara de Comercio Colombo-Americana)
- Distinción Banco de Tiempo (Presidencia de la República de Colombia)



## Brasil

- Premio Empresa Amiga de los Jóvenes (Cámara de Representantes Locales)
- Premio Excelencia Call Center y Mejor Call Center para trabajar (Revista Consumidor Moderno)
- Premio Empresa Amiga de la Ciudad de Campo Grande (Alcaldía de la Ciudad de Campo Grande)
- Planet Trophy (The Coca-Cola Company)
- Premio Respeto al Medio Ambiente (Periódico Vale Paraibano)



## Argentina

- Mejores Empresas para Trabajar en la Argentina (Great Place to Work Institute Argentina)

# Índice GRI

Indicador GRI (G3)	Contenido	Página
<b>1. Estrategia y análisis</b>		
1.1	Declaración del Presidente del Consejo y Director General	8, 9
1.2	Impactos, riesgos y oportunidades	8, 9
<b>2. Perfil de la empresa</b>		
2.1	Nombre	12, 13
2.2	Marcas, productos y/o servicios	12, 13
2.3	Estructura operativa	12, 13
2.4	Sede	12, 13
2.5	Países con operaciones	3
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	12
2.7	Mercados servidos	3, 12, 13
2.8	Dimensiones de la empresa	12, 13
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto	3
2.10	Premios y distinciones	63, 65, 75
<b>3. Parámetros del informe</b>		
3.1	Periodo cubierto	3
3.2	Fecha del último informe	3
3.3	Ciclo de presentación de informes	3
3.4	Contacto	3ª. de forros
3.5	Definición del contenido	3
3.6	Cobertura	3
3.8	Inclusión de información en caso de negocios conjuntos	12
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores	3
3.12	Índice de contenidos	68
3.13	Verificación externa	3
<b>4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés</b>		
4.1	Gobierno corporativo	16
4.2	Gobierno corporativo	17
4.3	Gobierno corporativo	17, 20
4.4	Gobierno corporativo	17
4.5	Gobierno corporativo	17
4.6	Gobierno corporativo	17, 21
4.7	Gobierno corporativo	17, 21
4.8	Misión, valores, código de ética y principios relevantes	18
4.11	Principio de precaución	19
4.12	Programas e iniciativas sociales, ambientales y económicas	3, 6, 21, 49, 50, 51, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71 y 73

Indicador GRI (G3)	Contenido	Página
4.13	Grupos de interés	6, 7
4.14	Grupos de interés	6, 7
4.15	Grupos de interés	20
4.16	Grupos de interés	6
<b>Desempeño económico</b>		
EC1	Impacto económico	14, 15
EC6	Proveedores	7
EC8	Inversiones en infraestructura y servicios para el beneficio público	46
EC9	Impactos económicos indirectos	14, 15
<b>Desempeño ambiental</b>		
EN2	Materiales	59
EN5	Energía	58, 59, 63, 65
EN6	Energía	58, 59, 63, 65
EN7	Energía	58, 59, 63, 65
EN13	Protección de hábitats	53, 60, 63, 66
EN16	Emisiones	58
EN18	Emisiones	57
EN26	Mitigación de impactos ambientales	22, 58, 59, 63, 65, 73
EN27	Recuperación de materiales de embalaje	59
EN30	Inversiones ambientales	54
<b>Desempeño de prácticas laborales y trabajo digno</b>		
LA1	Empleo	30, 62, 64, 70
LA2	Empleo	30, 64, 70, 72
LA5	Salud y Seguridad	22
LA7	Salud y Seguridad	22, 36
LA8	Salud	36
LA9	Salud	36
LA10	Capacitación	31, 32, 64, 66, 68, 72
LA11	Capacitación	31, 32, 64, 66, 68, 72
LA12	Desempeño Profesional y Desarrollo	62
LA13	Diversidad	17, 30, 33, 34, 62, 64, 70, 71, 72
<b>Desempeño social</b>		
SO2	Procedimientos anticorrupción	18, 19
SO3	Procedimientos anticorrupción	19
SO4	Procedimientos anticorrupción	18, 19
<b>Desempeño de la responsabilidad sobre productos</b>		
PR1	Salud y Seguridad del Cliente	22
PR3	Etiquetado de Productos y Servicios	23

## Contacto e Información

---

### **Coca-Cola FEMSA**

Guillermo González Camarena N°600

Col. Centro de Ciudad Santa Fe

Tel. (52+55) 50 81 51 00

e-mail. [ccorporativa@kof.com.mx](mailto:ccorporativa@kof.com.mx)



---

Guillermo González Camarena N° 600  
Col. Centro de Ciudad Santa Fe  
México, DF. CP. 01210  
Tel. (+52 55) 50 81 51 00  
[www.coca-colafemsa.com/kof](http://www.coca-colafemsa.com/kof)

