

ACCELERANDO HACIA LA

EXCELENCIA

INFORME DE SOSTENIBILIDAD
COCA-COLA FEMSA 2016



154 MARCAS EN 
 **12** CATEGORIAS
CONFORMAN NUESTRO PORTAFOLIO

CERCA DE 
1 MILLÓN
DE PERSONAS HAN SIDO BENEFICIADAS
CON NUESTROS PROGRAMAS SOCIALES

 **USD \$11.9** 
MILLONES INVERTIDOS EN
CAPACITACIÓN INTEGRAL PARA
NUESTROS COLABORADORES

 **46%**
DE LA ENERGÍA ELÉCTRICA
QUE UTILIZAMOS EN MÉXICO Y
74%
EN BRASIL, PROVIENE
DE FUENTES LIMPIAS

CERCA DE **20** 
BILLONES DE TRANSACCIONES
ANUALES

COCA-COLA FEMSA, S.A.B. DE C.V. ES EL EMBOTELLADOR Y COMERCIALIZADOR MÁS GRANDE DEL MUNDO POR VOLUMEN DE VENTAS DE MARCAS DE BEBIDAS DE *THE COCA-COLA COMPANY*. LA COMPAÑÍA CUENTA CON MÁS DE 101 MIL COLABORADORES A NIVEL GLOBAL Y UN AMPLIO PORTAFOLIO QUE INCLUYE 154 MARCAS OFRECIDAS DIARIAMENTE A MÁS DE 375 MILLONES DE CONSUMIDORES. CON 66 PLANTAS DE MANUFACTURA Y 328 CENTROS DE DISTRIBUCIÓN, COLOCA EN EL MERCADO MÁS DE CUATRO MIL MILLONES DE CAJAS UNIDAD AL AÑO EN 2.8 MILLONES DE PUNTOS DE VENTA. COCA-COLA FEMSA, TIENE EL PROPÓSITO DE GENERAR VALOR ECONÓMICO, SOCIAL Y AMBIENTAL PARA SUS COMUNIDADES Y CADENA DE VALOR.



1.5 MILLONES

EMPLEOS INDIRECTOS CREADOS A LO LARGO DE NUESTRA CADENA DE VALOR



93%

DE LOS RESIDUOS GENERADOS SE RECICLAN

USD \$58

MILLONES INVERTIDOS EN SOSTENIBILIDAD



16

DE NUESTRAS PLANTAS OPERAN CON LA INICIATIVA CERO RESIDUOS



100%

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



100%

DE INSUMOS ESTRATÉGICOS BAJO PRINCIPIOS RECTORES PARA PROVEEDORES DE *THE COCA-COLA COMPANY*



USD \$29

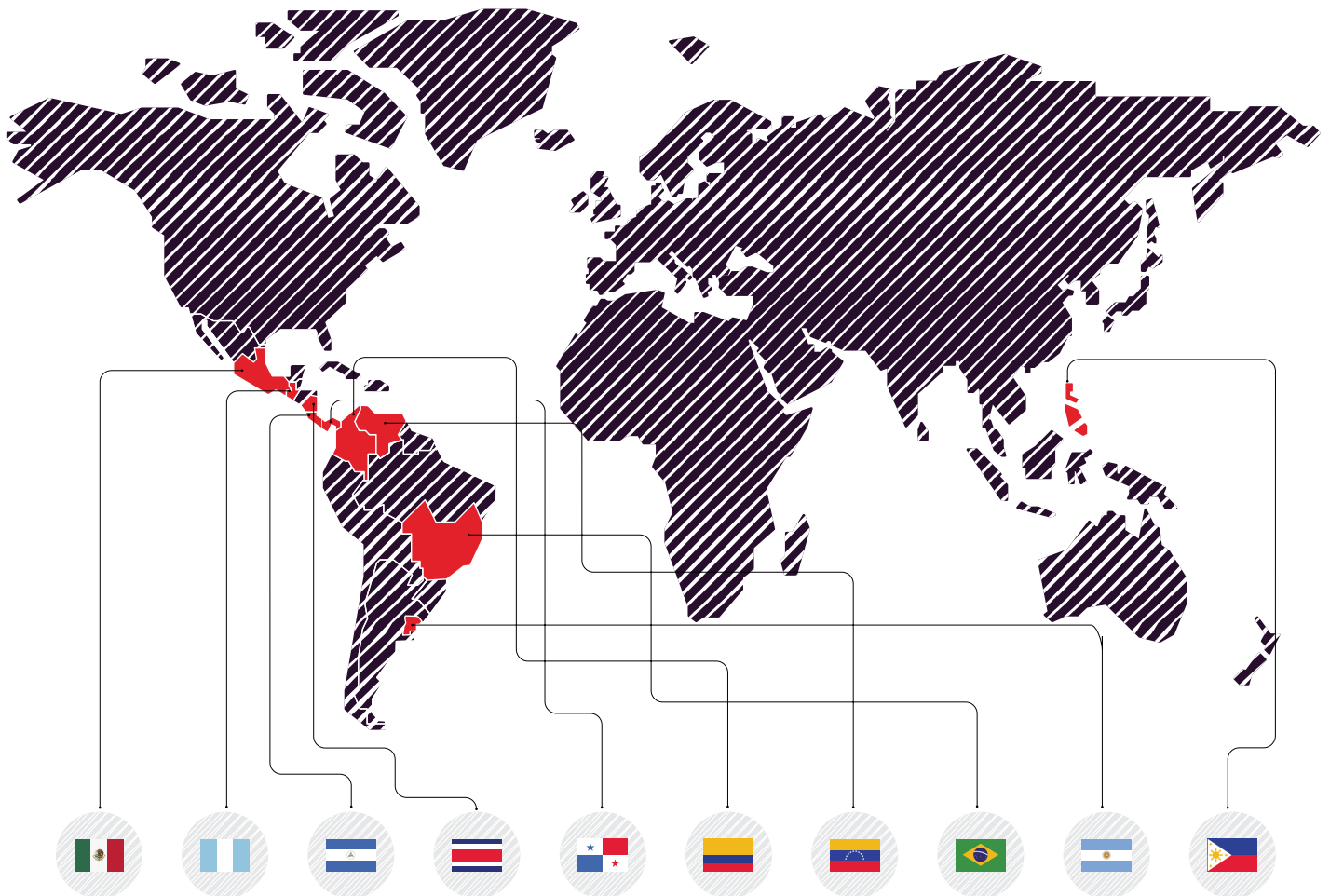
MILLONES AHORRADOS POR EFICIENCIA AMBIENTAL

CONTENIDO:

2 MENSAJE DE LA DIRECCIÓN GENERAL 4 **NUESTRA EMPRESA** ESTRATEGIA DE NEGOCIO ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE METAS 2020 PRODUCTOS CADENA DE VALOR VALOR ECONÓMICO 18 **NUESTRA GENTE** CULTURA Y VALORES DESARROLLO INTEGRAL CAPACITACIÓN Y DESARROLLO 34 **NUESTRA COMUNIDAD** ESTILOS DE VIDA SALUDABLE DESARROLLO COMUNITARIO ABASTECIMIENTO SOSTENIBLE 50 **NUESTRO PLANETA** AGUA RESIDUOS Y RECICLAJE ENERGÍA 72 **GOBIERNO CORPORATIVO** ACERCA DE NUESTRO INFORME ÍNDICE GRI G4 VERIFICACIÓN EXTERNA

COMO EL EMBOTELLADOR Y COMERCIALIZADOR MÁS GRANDE DEL MUNDO DE BEBIDAS DEL SISTEMA COCA-COLA, MANTENEMOS EL PROPÓSITO DE GENERAR VALOR ECONÓMICO, SOCIAL Y AMBIENTAL.

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



2016 EN NÚMEROS

342 
LÍNEAS DE PRODUCCIÓN

2.8 
MILLONES DE
PUNTOS DE VENTA

+4,000
MILLONES DE CAJAS
UNIDAD VENDIDAS



328 
CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

66 
PLANTAS EMBOTELLADORAS

+24,600 
VEHÍCULOS DE FLETE,
DISTRIBUCIÓN Y UTILITARIOS

+12,600 
RUTAS DE REPARTO

 **+101,000**
COLABORADORES¹

375 
MILLONES DE
CONSUMIDORES

¹ Incluye terceros

MENSAJE DE NUESTRA DIRECCIÓN

EN COCA-COLA FEMSA TENEMOS EL FIRME PROPÓSITO DE GENERAR VALOR ECONÓMICO, SOCIAL Y AMBIENTAL DE MANERA SIMULTÁNEA.

Para Coca-Cola FEMSA, 2016 fue un año de enfrentar importantes retos propios del dinamismo de la industria de bebidas y del contexto político, económico y social de los 10 países donde operamos.

Para superar estos retos, nos mantenemos enfocados en el Marco Estratégico de Negocio con la clara visión de ser líderes a nivel global ofreciendo a clientes y consumidores un amplio portafolio de bebidas; asegurando que a través de los Centros de Excelencia operamos con las mejores prácticas para producir, distribuir y comercializar nuestros productos; con una sólida base de talento multicultural de más de 100 mil colaboradores y considerando la sostenibilidad como un habilitador de las decisiones de negocio.

Tener el privilegio de servir diariamente a más de 375 millones de consumidores y mantener el liderazgo como el embotellador más grande de productos de The Coca-Cola Company, conlleva una gran responsabilidad. Por eso, en Coca-Cola FEMSA tenemos el firme propósito de generar valor económico, social y ambiental de manera simultánea en toda nuestra cadena de valor.

Este año, fortalecimos la alineación de acciones para contribuir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, priorizando y sumándonos a aquellos temas en los que por la naturaleza del negocio podemos generar más valor. Adicionalmente, continuamos con acciones e iniciativas alineadas al Marco Estratégico de Sostenibilidad, marcando un camino a seguir con Metas 2020 en cada uno de los tres ejes: Nuestra Gente, Nuestra Comunidad y Nuestro Planeta.

En el eje de Nuestra Gente, buscamos desarrollar talento y seguir siendo el lugar donde nuestros colaboradores encuentran crecimiento personal y profesional a través del liderazgo y una cultura de trabajo que fomenta la colaboración y la innovación.

En Nuestra Comunidad, tenemos el compromiso de contribuir a mejorar la calidad de vida fomentando hábitos de vida saludable, promoviendo el bienestar comunitario e impulsando el desarrollo sostenible de proveedores.

En 2016 nos unimos al Compromiso Latinoamericano por un Futuro Saludable, una iniciativa multisectorial liderada por empresas de la industria de bebidas enfocada en la promoción de hábitos saludables por medio de la educación. A seis meses de su lanzamiento en junio de 2016, hemos llegado a más de 114 mil estudiantes en Colombia y México. Adicionalmente, a través de nuestros programas este año beneficiamos a cerca de 1 millón de personas.

Derivado del deseo de conocer más y mejor las necesidades de quienes forman parte de nuestras comunidades, pusimos en marcha la Metodología de Atención a Riesgos y Relacionamiento Comunitario (MARRCO) para adaptar mejor los proyectos a la realidad de cada región y así generar mayor valor social.

Como impulso a nuestra cadena de valor, durante 2016 llevamos a cabo un programa de Desarrollo de Proveedores Locales trabajando con 61 pequeñas y medianas empresas (PyMEs) con la finalidad de apoyar su desempeño de negocio y prácticas de sostenibilidad.

Para sumarnos al cuidado de Nuestro Planeta integramos a la operación sistemas que nos han permitido incrementar en 19% nuestra eficiencia energética desde 2010 y continuamos incorporando fuentes de energía limpia, logrando un avance de suministro de 46% del consumo de energía en México y 74% en Brasil. Estas acciones son un ejemplo del compromiso que establecimos a través de la plataforma We Mean Business en alianza con Carbon Disclosure Project.

En los últimos seis años, mejoramos en 12% la eficiencia en el consumo de agua por bebida producida además de regresar a las comunidades y el medio ambiente más del 100% de nuestro consumo de agua en México y Brasil. En 2016, nos sumamos a la iniciativa de Business Alliance for Water & Climate Change (BAfW) de las Naciones Unidas con la finalidad de desarrollar proyectos de cuidado y conservación del agua.

Todos estos esfuerzos nos han permitido recibir con orgullo reconocimientos por nuestro desempeño sostenible. Por sexto año consecutivo somos una de las 30 empresas que

forman parte del IPC Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores, por cuarto año consecutivo nos integramos al Índice de Sostenibilidad de Mercados Emergentes del Dow Jones y, por primera vez, hemos sido listados en los índices FTSE4Good Emerging Index y Vigeo Eiris Emerging 70 Ranking.

Este Informe de Sostenibilidad presenta las acciones y resultados más relevantes de 2016, mismas que se lograron gracias al compromiso de colaboradores, socios y aliados que se unen a este importante propósito de generación de valor compartido.



**JOSÉ RAMÓN
MARTÍNEZ ALONSO**
DIRECTOR DE ASUNTOS
CORPORATIVOS

**JOHN
SANTA MARIA OTAZUA**
DIRECTOR GENERAL
EJECUTIVO



cerca de

20

billones de
transacciones
anuales

USD **\$8.6**

billones en
ingresos totales

+4,000

millones de cajas
unidad anuales

NUESTRA EMPRESA



EL EMBOTELLADOR DE PRODUCTOS COCA-COLA MÁS GRANDE DEL MUNDO

Somos una empresa multinacional que produce y distribuye más de 154 marcas de bebidas de *The Coca-Cola Company* con operaciones en 10 países de Latinoamérica y Asia.

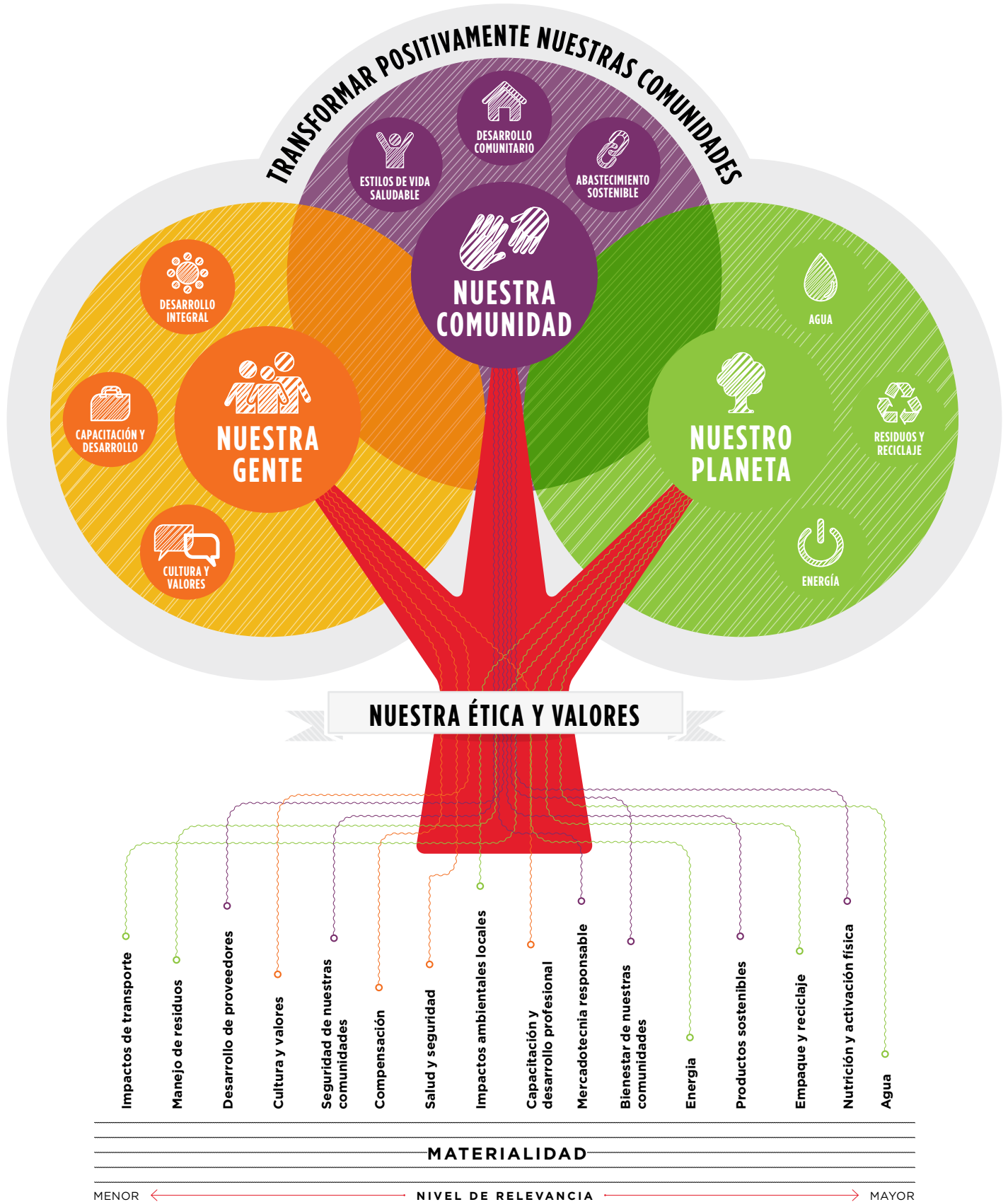
01. MARCO ESTRATÉGICO DE NEGOCIO

En Coca-Cola FEMSA seguimos evolucionando, por ello durante 2016 nos dimos a la tarea de revisar y actualizar nuestro **Marco Estratégico de Negocio** alineándolo a las exigencias del entorno con miras a estar siempre a la vanguardia en la industria, integrando la sostenibilidad como uno de los tres habilitadores de la estrategia de negocio.



Este nuevo modelo operativo busca la creación de valor para nuestra compañía y grupos de interés a través de la participación transversal de toda la organización con el objetivo de identificar, compartir y replicar las mejores prácticas.

02. MARCO ESTRATÉGICO DE SOSTENIBILIDAD



03. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

En Coca-Cola FEMSA estamos comprometidos en contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible propuestos por las Naciones Unidas para que los países den cumplimiento hacia 2030. En 2016 llevamos a cabo un ejercicio de análisis de los 230 indicadores planteados y los comparamos con los indicadores estratégicos de nuestro negocio.

De esta forma concluimos que gran parte de nuestras iniciativas aportan a los 17 objetivos con acciones puntuales. Sin embargo, seis de ellos coinciden con los temas prioritarios de nuestro Marco Estratégico de Sostenibilidad, que es en donde podemos aportar de manera más importante.

 2 HAMBRE CERO	 6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO	 7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE
<p>Tenemos diversos proyectos enfocados en hábitos saludables para Nuestra Comunidad, como el Compromiso Latinoamericano por un Futuro Saludable que recientemente lanzamos o los programas sociales con Fundación FEMSA.</p>	<p>Nuestros procesos de producción garantizan el uso eficiente del agua, así como el tratamiento de agua residual. Regresamos a la naturaleza y a las comunidades toda el agua utilizada para producir nuestras bebidas.</p>	<p>Tenemos como meta para 2020 de abastecer el 85% de la energía de manufactura en México con fuentes limpias y continuamos con la búsqueda de opciones para integrar esta iniciativa en el consumo de energía en los países donde operamos.</p>
 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	 9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES
<p>Buscamos el crecimiento económico a través del uso eficiente de los recursos, la promoción de un ambiente de trabajo donde exista desarrollo integral, la generación de empleo en países de mercados emergentes y la aplicación de nuestros principios para el abastecimiento sostenible.</p>	<p>Trabajamos en procesos de innovación de la industria, buscando desarrollar a proveedores locales y mejorar nuestro desempeño ambiental, por lo que para 2020 tenemos como meta reducir en 20% la huella de carbono de toda la cadena de valor.</p>	<p>Comunicamos de manera anual nuestros resultados en materia de sostenibilidad a través del Informe de Sostenibilidad, tenemos objetivos para asegurar el consumo responsable de materias primas, el aumento en eficiencia y el fomento al reciclaje.</p>

04. METAS 2020

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

- Política de Sostenibilidad

Con el propósito de complementar esta política, así como para darle mayor sustento a nuestra Estrategia de Sostenibilidad, definimos Metas 2020 sobre cada Eje.

 NUESTRA GENTE	 NUESTRA COMUNIDAD	 NUESTRO PLANETA
<div data-bbox="365 766 479 872">  <p>DESARROLLO INTEGRAL</p> </div> <ul style="list-style-type: none"> • Generar 1 millón de horas de voluntariado. • Alcanzar una tasa de tiempo perdido por accidentabilidad (LTIR) de 0.5 por cada 100 empleados. • Reducir en 20% el índice de ausentismo por enfermedad general contra 2010. • Cero fatalidades por enfermedades profesionales 	<div data-bbox="755 766 868 872">  <p>ESTILOS DE VIDA SALUDABLE</p> </div> <ul style="list-style-type: none"> • Beneficiar a 5 millones de personas a través de nuestros programas e iniciativas de nutrición y activación física. 	<div data-bbox="1136 766 1250 872">  <p>AGUA</p> </div> <ul style="list-style-type: none"> • Aumentar nuestra eficiencia en uso de agua a 1.5 litros de agua por litro de bebida producida. • Regresar a nuestras comunidades y su medio ambiente la misma cantidad de agua utilizada en nuestras bebidas.
	<div data-bbox="755 1212 868 1319">  <p>DESARROLLO COMUNITARIO</p> </div> <ul style="list-style-type: none"> • Contar con programas de Licencia Social en 100% de nuestras plantas y centros de distribución prioritarios. 	<div data-bbox="1136 1212 1250 1319">  <p>RESIDUOS Y RECICLAJE</p> </div> <ul style="list-style-type: none"> • Integrar 25% de material reciclado o renovable en nuestros empaques de PET. • Reciclar al menos el 90% de nuestros residuos en cada una de nuestras plantas embotelladoras. <div data-bbox="1136 1596 1250 1702">  <p>ENERGÍA</p> </div> <ul style="list-style-type: none"> • Proveer 85% de la energía en manufactura en México con energías limpias. • Reducir en 20% la huella de carbono de nuestra cadena de valor contra 2010.



05. NUESTROS PRODUCTOS:

▶ **154**
MARCAS LÍDERES

▶ **1,395**
PRESENTACIONES¹

TRABAJAMOS EN
DESARROLLAR
UN PORTAFOLIO LÍDER
MULTI-CATEGORÍA
DE BEBIDAS A
NIVEL GLOBAL



AGUA



**BEBIDAS A BASE
DE TÉ**



**BEBIDAS PARA
DEPORTISTAS**



**BEBIDAS
ENERGÉTICAS**



¹ INCLUYE TODOS LOS SKU'S (STOCK-KEEPING UNIT) DE LA COMPAÑÍA



BEBIDAS GASEOSAS



LÁCTEOS



JUGOS Y NÉCTARES



BEBIDAS SABORIZADAS



BEBIDAS A BASE DE PROTEÍNA VEGETAL



CAFÉ



BEBIDAS CON JUGO DE FRUTA



BEBIDAS FORTIFICADAS





06. CADENA DE VALOR

MANUFACTURA

En nuestras **66 plantas** producimos bebidas de alta calidad. Aquí las envasamos y las etiquetamos para ofrecer al mercado.



INGREDIENTES

Trabajamos con nuestros proveedores para tener la mejor materia prima.



CONCENTRADOS Y EDULCORANTES



AGUA



MATERIAL DE EMPAQUE



DISTRIBUCIÓN SECUNDARIA

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



PUNTO DE VENTA

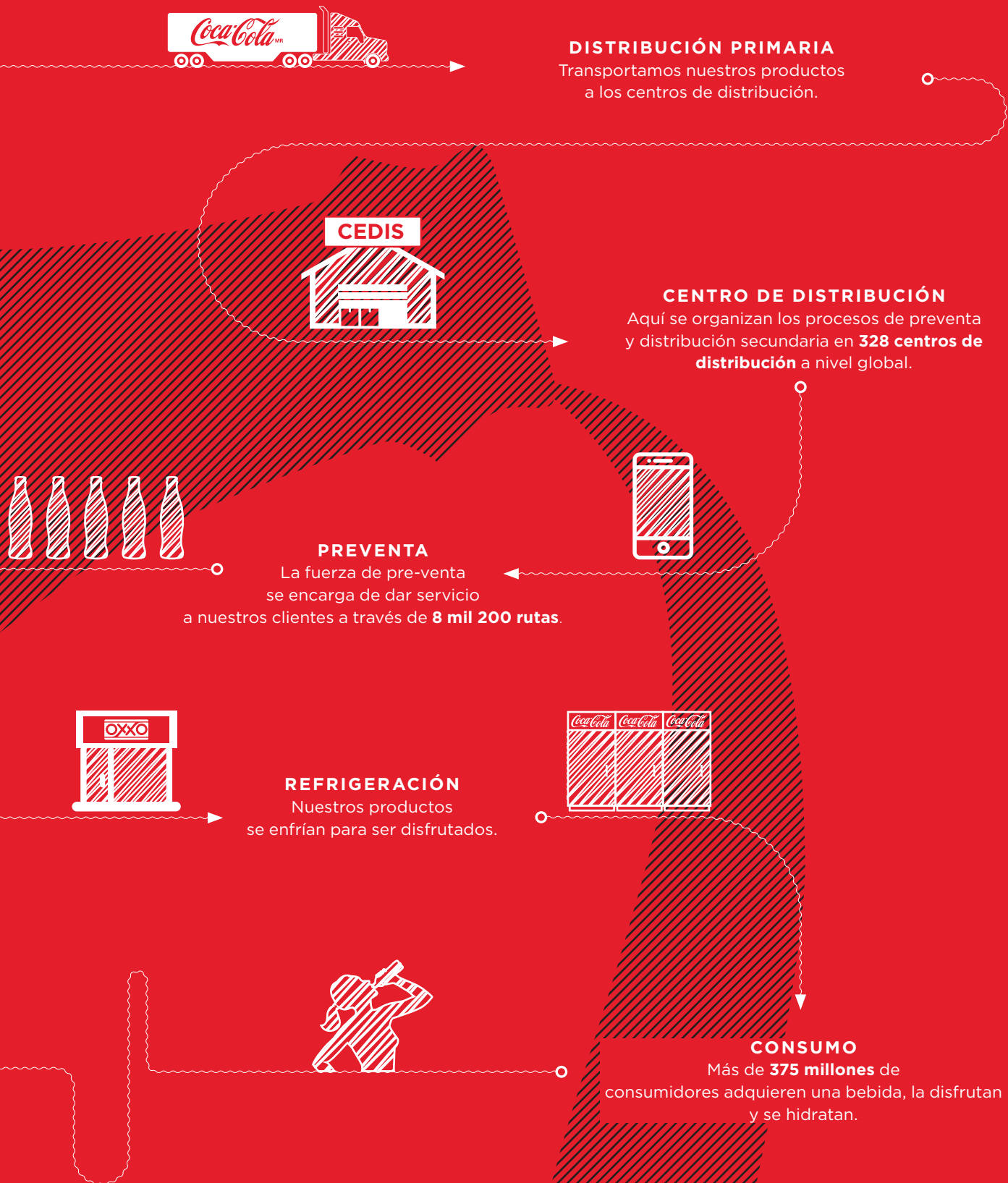
Los clientes se encargan de vender nuestras bebidas a cada uno de los consumidores en **2.8 millones de puntos de venta**.

RECICLADO

Generamos procesos para recolectar y reciclar los residuos generados por nuestros empaques.



A lo largo de nuestra cadena de valor creamos más de 100 mil empleos directos¹ y 1.5 millones indirectos.



¹ Incluye terceros

CENTROS DE EXCELENCIA

Para contribuir a la transformación de nuestra compañía, durante 2015 y 2016 se crearon e implementaron cuatro Centros de Excelencia (COE's, por sus siglas en inglés) como un medio para alcanzar nuestros objetivos estratégicos, siendo más eficientes y sostenibles.

 <h3>COMERCIAL Y MERCADOTECNIA</h3> <p>Implementamos la Plataforma Comercial Digital (KDP) que en 2016 desplegamos en los canales de venta tradicionales en México, cubriendo 81% del volumen y alcanzando a más de 620 mil clientes. En Brasil ya contamos con 50 rutas con KDP, sirviendo a 7 mil 665 clientes, y en 2017 llegaremos a Centroamérica. Además, crecimos en ejecución en punto de venta y en participación de mercado, pero lo más importante: dimos al prevendedor la oportunidad de mejorar su calidad de vida y atender mejor a nuestros clientes.</p>	 <h3>MANUFACTURA</h3> <p>Continuamos el despliegue de nuestro Modelo de Gestión de Manufactura en todos los países donde operamos, incrementando el número de líneas para cubrir un tercio del volumen total de la compañía. Centralizamos la planificación y presupuesto de mantenimiento de nuestras plantas en Brasil, e impulsamos proyectos para mejorar nuestro desempeño como Distribución Digital y Certificación de Empacotecnia, cuyos resultados se reflejaron en ahorros de manufactura por 35 millones de dólares.</p>	 <h3>DISTRIBUCIÓN & LOGÍSTICA</h3> <p>Estamos transformando integralmente la Cadena de Suministro con un proceso de 360° que abarca desde los materiales hasta la distribución final, y del diseño estratégico hasta la planeación diaria. La meta es estandarizar procesos en todas las categorías de bebidas, países, canales y modelos de negocio, incrementando el nivel de servicio al consumidor, optimizando costos y capital. En cuatro centros de distribución en México incorporamos herramientas de tecnología digital, las cuales seguiremos expandiendo en el resto del país durante 2017.</p>
 <h3>TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN (TI) E INNOVACIÓN</h3> <p>Es quien da soporte y provee de herramientas a los otros tres Centros de Excelencia a través de nuestra plataforma digital KOFmmercial, asegurando el crecimiento sostenible del negocio mediante la innovación.</p> <p>Gracias a estos proyectos hemos obtenido beneficios indirectos, por ejemplo la disminución en 50% de los accidentes incapacitantes de trabajo y el mejor índice de calidad en producción registrado en nuestra historia.</p>		

Gracias a estas iniciativas continuamos operando con excelencia para generar valor a nuestros clientes y consumidores.



+620 MIL

clientes atendidos con
la Plataforma
Comercial Digital

07. VALOR ECONÓMICO

Ser el embotellador más grande, por volumen de venta, de productos de *The Coca-Cola Company* a nivel mundial es reflejo de nuestros excelentes resultados y de nuestra gestión sostenible. Esto nos permite ofrecer rentabilidad, valor y confianza a nuestros inversionistas, al mismo tiempo que creamos valor agregado para todos nuestros grupos de interés en los 10 países en donde tenemos presencia.

DESEMPEÑO ECONÓMICO				
	(US\$) 2016 ⁽¹⁾	(Ps.) 2016	(Ps.) 2015	% CAMBIO
Volumen de Ventas (millones de cajas unidad)	3,334	3,334	3,435.6	-3.0%
Ingresos Totales	8,620	177,718	152,360	16.6%
Utilidad de Operación	1,160	23,920	22,645	5.6%
Utilidad Neta de la Participación Controladora	488	10,070	10,235	-1.6%
Activos Totales	13,546	279,256	210,249	32.8%
Deuda Largo Plazo y Documentos por Pagar	4,164	85,857	63,260	35.7%
Participación Controladora	5,924	122,137	104,749	16.6%
Inversión en Activo Fijo	601	12,391	11,484	7.9%
Valor en Libros de la Acción ⁽²⁾	2.86	58.92	50.53	16.6%
Utilidad Neta de la Participación Controladora por Acción ⁽²⁾	0.24	4.86	4.94	-1.6%

Millones de pesos mexicanos y U.S. dólares al 31 de diciembre de 2016 (excepto la información de volumen de ventas y por acción).

Bajo Normas Internacionales de Información Financiera. Las cifras no incluyen resultados de Coca-Cola FEMSA Philippines, Inc.

Los resultados de 2016 de nuestra operación de Venezuela se tradujeron utilizando el tipo de cambio alternativo DICOM II ⁽³⁾ de 673.7617 bolívares por US dólar. Los resultados de 2015 fueron traducidos utilizando un tipo de cambio SIMADI ⁽⁴⁾ de 198.70 bolívares por US dólar.

(1) Las cantidades en pesos mexicanos han sido convertidas a U.S. dólares utilizando el tipo de cambio publicado por el Consejo de la Reserva Federal de los Estados Unidos el 31 de diciembre de 2016, el cual fue de Ps.20.6170 por cada \$ 1.00.

(2) Con base en 2,072.9 millones de acciones en circulación en 2016 y 2015.

(3) Divisas Complementarias.

(4) Sistema Cambiario Alternativo de Divisas.

VOLUMEN DE VENTAS

MILLONES DE CAJAS UNIDAD



INGRESOS TOTALES

MILES DE MILLONES DE PESOS



UTILIDAD DE OPERACIÓN

MILES DE MILLONES DE PESOS



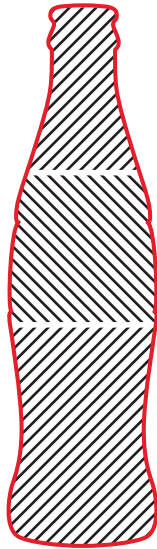
DIVIDENDOS POR ACCIÓN

PESOS MEXICANOS



Nuestra disciplina operativa y financiera, sólida estructura de capital, talentoso equipo de profesionales, fuerte ejecución en el punto de venta y la habilidad para adaptarnos a las siempre cambiantes dinámicas de mercado nos permitieron continuar entregando valor a nuestros accionistas

CAPITAL SOCIAL DE COCA-COLA FEMSA



24.0%

PÚBLICO INVERSIONISTA

28.1%

THE COCA-COLA COMPANY

47.9%

FOMENTO ECONÓMICO MEXICANO,
S.A.B. DE C.V. (FEMSA)

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

	POBLACIÓN ATENDIDA (MILLONES)	PUNTOS DE VENTA	PLANTAS	CENTROS DE DISTRIBUCIÓN
Argentina	12.2	49,416	2	4
Brasil	87.7	394,489	12	43
Centroamérica	21.3	125,778	5	34
Colombia	46.9	401,234	7	24
Filipinas	104.5	846,588	19	52
México	71.1	854,459	17	145
Venezuela	31.7	168,833	4	26
Total	375.4	2,840,797	66	328

Para capturar la siguiente ola de crecimiento en nuestra industria continuamos transformando nuestra compañía complementando el crecimiento orgánico de nuestro negocio con creación de valor estratégico, fusiones y adquisiciones y oportunidades de mercado relacionadas.

EXPANSIÓN

■ COCA-COLA FEMSA BRASIL

■ VONPAR



EXPANDIENDO NUESTRA POSICIÓN DE LÍDER EN BRASIL.

Esta franquicia tiene una importancia estratégica ya que colinda con nuestros territorios en el sur de Brasil y refuerza nuestra posición de liderazgo en uno de los mercados más grandes para los productos de Coca-Cola, lo que nos permite atender a aproximadamente 88 millones de consumidores.



NUESTRA GENTE



CULTURA Y VALORES

DESARROLLAMOS UNA ACTITUD DE LIDERAZGO A TRAVÉS DE NUESTRO PROCESO DE EVOLUCIÓN CULTURAL PARA APORTAR VALOR SOSTENIBLE.



DESARROLLO INTEGRAL

BRINDAMOS OPORTUNIDADES QUE PERMITEN EL CRECIMIENTO PERSONAL Y PROFESIONAL DE NUESTROS COLABORADORES Y SUS FAMILIAS.



CAPACITACIÓN Y DESARROLLO

PARA POTENCIAR LOS RESULTADOS DE NEGOCIO TENEMOS UN EQUIPO CAPACITADO CON LAS MEJORES CONDICIONES PARA SU DESARROLLO.

GRACIAS AL TALENTO Y COMPROMISO DE NUESTRA GENTE

ofrecemos un amplio portafolio de bebidas a nuestros clientes y consumidores, y contamos con el reconocimiento del mercado como líder en la industria de bebidas.



+374

mil horas
de voluntariado

+2.47

millones de horas
de capacitación

USD \$31.5

millones invertidos
en Nuestra Gente



01. CULTURA Y VALORES

La evolución cultural al interior de la compañía forma parte de nuestro Marco Estratégico de Negocio. Fomentamos el desarrollo del liderazgo, el talento y la innovación en un ambiente multicultural.

MISIÓN

Satisfacer y agradar con excelencia al consumidor de bebidas.

VISIÓN

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

VALORES

- Estamos **enfocados en identificar y satisfacer las necesidades de nuestros clientes**, buscando siempre su preferencia a través de soluciones innovadoras.
- **Impulsamos el respeto y desarrollo integral del colaborador y su familia**, a fin de que tengan acceso a mejores oportunidades de crecimiento económico, profesional y social.
- **Actuamos de manera honesta, responsable y con apego a los principios éticos**, siendo conscientes del impacto de nuestras acciones y decisiones. Somos prudentes en nuestro comportamiento y en el uso de los recursos de la empresa.
- **Contribuimos en transformar positivamente nuestras comunidades** a través de la creación simultánea de valor económico, social y ambiental.
- **Entre nosotros, la lealtad y la confianza son necesarias** para fortalecer los lazos que nos unen. Así como la cadena de una bicicleta permite el movimiento y da estabilidad, la confianza nos da seguridad entre nosotros y certeza para avanzar con paso firme.

Como respuesta a los retos de negocio que enfrentamos a diario, así como a nuestra visión de liderazgo en la industria de bebidas y a la generación de valor económico, social y ambiental para nuestros grupos de interés, definimos tres aspiraciones:

 <p>LIDERAZGO CONECTADO E INSPIRADOR</p> <p>Organización altamente motivada, inspirada por un liderazgo que recompensa y reconoce a las personas y fomentando la colaboración en todos los niveles.</p>	 <p>NUESTRO TALENTO ES ESENCIAL</p> <p>Sólida cultura de gestión de talento basada en la evaluación de desempeño transparente y el refuerzo de carreras de crecimiento.</p>	 <p>PERSPECTIVA DE ADENTRO HACIA AFUERA E INNOVACIÓN</p> <p>Mentalidad abierta y consciente en todos los niveles de la organización que impulse el máximo impacto de las capacidades y procesos de innovación.</p>
---	---	--

Parte importante de la evolución cultural consiste en tener claro, en todos los niveles de la compañía, que contar y desarrollar el talento que nos lleve a alcanzar nuestros objetivos estratégicos es responsabilidad de todos los que trabajamos en Coca-Cola FEMSA.

La Actitud del Líder KOF se basa en 10 principios que reflejan comportamientos de nuestros colaboradores.



BE IN LOVE - ENAMÓRATE

Cuando te gusta lo que haces las cosas fluyen de manera diferente. Enamórate de KOF y de sus marcas.



BE TOGETHER - SÉ UNIDO

Trabaja con tu equipo. Sinergiza el valor y la ventaja que te da la complementariedad.



BE AGGRESSIVE - SÉ AGRESIVO

Siempre sé el mejor en todo lo que haces, con pasión y convicción.



BE ON TIME - SÉ OPORTUNO

Adelántate a las necesidades y responde de manera oportuna.



BE AWARE - SÉ CONSCIENTE

Debes estar al tanto de los desafíos del entorno y de nuestra industria, así como de los indicadores de KOF.



BE FIRST - SÉ EL PRIMERO

Recuerda: anticipate a las circunstancias y al entorno. Innova, sorprende a la competencia.



BE BOLD - SÉ AUDAZ

Atrévete a hacer las cosas de manera diferente. Acepta retos y toma riesgos calculados.



BE A REALIST - SÉ REALISTA

Ponte objetivos desafiantes pero realistas. Siempre ve subiendo la meta.



BE PERSISTENT - SÉ PERSISTENTE

No siempre las cosas te van a salir como quieres a la primera. Procura capitalizar errores y aprendizajes, vuelve a intentar.



BE PROUD - SÉ ORGULLOSO

Cuando te enorgullecés de tus logros y del equipo establece la norma. Sé un ejemplo y siente orgullo de ser KOF.

Actitud del líder KOF

Al ser la cultura el tercer pilar de nuestro Marco Estratégico de Negocio, hemos trabajado fuertemente para acercarnos a la cultura que queremos tener: una compañía con líderes inspiradores, que está enfocada en el talento y que innova a través de conocer el mercado y a la competencia.

Por lo anterior, en noviembre lanzamos en toda la compañía la encuesta de **Salud Organizacional** (OHI, por sus siglas en inglés), con el objetivo de entender cuál ha sido el avance que hemos tenido desde 2014, confirmar que estamos en el camino correcto y atender nuestras áreas de oportunidad.

Esta encuesta se aplicó a 20 mil 500 colaboradores de diez países y evalúa nueve dimensiones y 37 prácticas prioritarias. Los resultados los comparamos con compañías alrededor del mundo para conocer en dónde nos ubicamos.

Es importante señalar que con respecto a la encuesta de 2014, **incrementamos cuatro puntos** nuestra salud organizacional en toda la compañía.



Otra de nuestras herramientas es el diagnóstico de clima organizacional que empleamos para asegurarnos que nuestros colaboradores se desarrollan en un ambiente de trabajo adecuado, donde prevalecen el respeto y la equidad de oportunidades. Este sondeo lo realizamos de forma escalonada cada dos años en los centros de trabajo; en 2015 se evaluaron todos aquellos de trabajo programados para ese año con 90% de

participación de los colaboradores, obteniendo 3% de mejora en el nivel de satisfacción, comparado con el estudio anterior.

Sabemos que aún queda mucho por hacer para alcanzar la evolución cultural que perseguimos, así que continuaremos trabajando en estos y otros aspectos durante los próximos años.



667
colaboradores con
discapacidad en nuestras
operaciones globales

DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Desde el diseño de un puesto, pasando por el reclutamiento y selección de colaboradores, en Coca-Cola FEMSA consideramos la inclusión de personas con perfiles, capacidades, intereses y aptitudes distintas para formar equipos completos e integrales, donde la diversidad es una oportunidad para incentivar la innovación, enriquecer nuestro ambiente de trabajo y entender las necesidades de nuestros consumidores desde diferentes puntos de vista.

Tenemos la convicción de fomentar la igualdad de oportunidades en todos los centros de trabajo, no tolerar la discriminación y respetar los derechos humanos de las personas por

igual. Así se encuentra plasmado en el Código de Ética de Coca-Cola FEMSA para asegurar que mantenemos estos principios en todas las interacciones que tenemos al interior y exterior de la compañía.

Dentro de los centros de trabajo incentivamos la cultura de respeto e integración por medio de las **Redes de Diversidad e Inclusión**, con las que buscamos la participación de todos en el desarrollo de iniciativas, actividades y programas sobre seis áreas: equidad de género, mamás y papás, multi-generación, discapacidad, multiculturalidad y LGBT.



ÉTICA

La Estrategia de Sostenibilidad de Coca-Cola FEMSA tiene como base Nuestra Ética y Valores que permean en todas las acciones que realizamos al interior y exterior de la empresa.

Con el mismo compromiso y convicción, respetamos los derechos humanos de todos los grupos de interés con quienes interactuamos y nos apegamos al cumplimiento de la **Política de Derechos Humanos** de *The Coca-Cola Company* en nuestras operaciones, asegurando también el de nuestros proveedores. Durante 2016, evaluamos 29% de nuestras plantas en impactos de derechos humanos como parte de un proceso continuo para que año con año se revise el cumplimiento de un porcentaje de nuestros centros de trabajo.

Esta política, que está alineada a la Declaración Universal de los Derechos Humanos, al igual que a los diferentes lineamientos promovidos por las Naciones Unidas, se centra en 10 temas principales que buscamos cumplir: respeto por los derechos humanos; compromiso con la comunidad y la cadena de valor; diversidad; libertad de asociación y negociación colectiva; seguridad y salud en el trabajo; seguridad laboral; trabajo forzoso y trata de personas; trabajo infantil; horarios laborales, salarios y beneficios; y presentación de información a los colaboradores.

También contamos con lineamientos que guían la forma en la que actuamos y regimos nuestras operaciones, plasmados en el **Código de Ética de Negocios** de Coca-Cola FEMSA.

Este documento aborda la postura de la empresa en la relación con nuestros clientes, proveedores, competencia, autoridades y comunidad; así como también sobre corrupción, publicidad y mercadotecnia, seguridad y salud en el trabajo, manejo de conflictos de interés y seguridad de la información. Cada año, todos nuestros colaboradores refrendan el compromiso de cumplirlo.

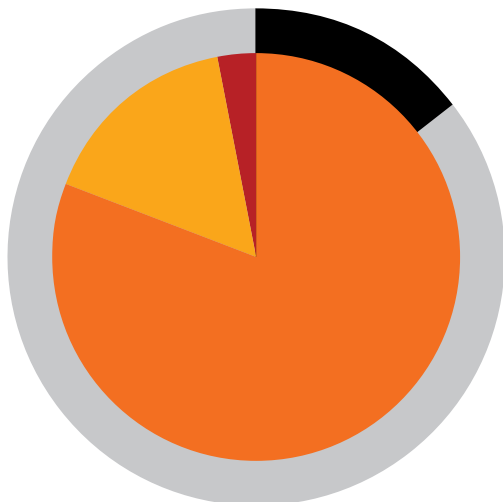
Con la finalidad de promover la **Cultura de la Legalidad** entre Nuestra Gente, y para hacer de la compañía un ejemplo que influya en la construcción de una mejor sociedad, desarrollamos una campaña de sensibilización sobre valores y el apego a la legalidad que debemos vivir a diario como ciudadanos, de esta manera fomentamos que nuestros colaboradores sean conscientes y responsables en sus actividades cotidianas.

En caso de incumplimiento de nuestras políticas, y para evitar prácticas que atenten contra el respeto a los derechos humanos, tales como el trabajo infantil, trabajo forzado o impedimento en la libertad de asociación, nuestros colaboradores y proveedores pueden levantar una denuncia confidencial y anónima a través del **Sistema DILO** por vía telefónica, correo electrónico o mensajería instantánea. Estas denuncias son recibidas por el área de Recursos Humanos para su debido seguimiento y resolución. Como complemento a este sistema, existe la línea global *EthicsLine* de *The Coca-Cola Company* para todo el Sistema Coca-Cola, administrada por Global Compliance.

En 2016 recibimos un total 955 denuncias. De estas, ninguna estuvo relacionada con trabajo infantil, trabajo forzado o libertad de asociación. Nuestro Sistema DILO las clasifica en tres áreas principales considerando los siguientes aspectos:

- **Recursos Humanos:** abuso de autoridad, acoso sexual, discriminación, ambiente de trabajo, salud, seguridad y cuidado del medio ambiente, entre otros.
- **Operación:** incumplimiento a políticas, contratos, leyes o reglamentos, fraudes, quejas con clientes o proveedores y conflictos de interés, entre otros temas que afecten la eficiencia operativa.
- **Información Financiera:** operaciones ficticias, distorsión de registros contables, revelaciones no realizadas y disponer de información confidencial, entre otros.

DENUNCIAS



POR ESTADO

■ **815**
Cerradas

■ **140**
Abiertas¹

POR TEMA

■ **81%**
Recursos humanos

■ **16%**
Operación

■ **3%**
Información financiera

¹ Las denuncias abiertas se componen en 69% de recursos humanos, 26% de operación y 5% de información financiera.



02. DESARROLLO INTEGRAL

Valoramos nuestro talento y sabemos que la sostenibilidad de nuestro negocio tiene como punto de partida el desarrollo integral de nuestros colaboradores y sus familias, por lo que les brindamos herramientas y oportunidades, para el crecimiento personal y profesional.

Este desarrollo lo ejecutamos en línea con el Sistema de Desarrollo Social FEMSA que se compone de siete dimensiones:

- **Laboral.** Buscamos un excelente desempeño de nuestros colaboradores en el ámbito laboral y personal.
- **Educación.** Impulsamos el continuo desarrollo del patrimonio intelectual y cultural.
- **Salud.** Valoramos e impulsamos la salud física y emocional, así como los hábitos de prevención.
- **Valores.** Comprendemos y vivimos los valores humanos que convierten a los individuos en mejores personas.
- **Económica.** Impulsamos entre nuestros colaboradores y sus familias la protección y construcción de un patrimonio adecuado a sus necesidades presentes y futuras.
- **Familia.** Fomentamos un núcleo afectivo y formativo, fuertemente integrado.
- **Social y Medio Ambiente.** Estamos comprometidos por el bien común, respetamos las leyes y cuidamos el medio ambiente.

Durante 2016 invertimos USD \$9.35 millones en programas que promueven el balance trabajo-familia mejorando su bienestar y calidad de vida.

Ofrecemos esquemas de jornada laboral diferenciada como trabajo desde casa, horario flexible, entre otros, a 2 mil 512 colaboradores. Este beneficio se define en función a los requerimientos del puesto y de acuerdo al despliegue del programa a nivel global.

Procuramos que el Desarrollo Integral cuente con un componente social en el que nuestros colaboradores y sus familias tengan la oportunidad de ofrecer su tiempo y talento en

beneficio de la sociedad. Para ello, contamos con **Voluntarios KOF**, que tiene como meta al 2020 generar 1 millón de horas de voluntariado que al cierre de 2016 hemos cumplido en un 37.7%. Además, impulsamos mil 300 iniciativas en las que tuvimos 73 mil 373 participaciones, destinando 374 mil 190 horas de voluntariado. Esto fue acompañado de una inversión superior a los USD \$284 mil.

Con la intención de mejorar la calidad de vida de los colaboradores y sus familias, en Coca-Cola FEMSA realizamos programas en siete dimensiones del Sistema Desarrollo Social FEMSA. Una de las acciones más relevantes fue el **Día de la Familia** que en este año contó con la participación de más de 78 mil personas en Colombia, Brasil y México.

A través del programa **Vacacional KOF** en el que participaron más de 18 mil hijos de colaboradores en Argentina, Venezuela, México y Centroamérica en actividades recreativas, culturales y educativas fomentamos los valores, el cuidado del medio ambiente y el compromiso social.

Con **Vida Saludable** que es un programa integral para fomentar hábitos saludables en nuestra operación de México, hemos beneficiado a 159 mil 660 colaboradores, familias y comunidades por medio de consultorios, menús saludables, pausas activas y otras actividades de reconocimiento y celebración de la actividad física.



SEGURIDAD INDUSTRIAL

Durante 2016 invertimos USD \$3.7 millones en acciones que favorecen la salud y seguridad en nuestros centros de trabajo e instalaciones, contribuyendo a reducir los índices de días perdidos por accidentabilidad.

Concebimos la seguridad como un valor y un pilar fundamental del negocio, por esta razón estamos comprometidos con crear procesos, sistemas y entornos de trabajo seguros también para nuestros proveedores, contratistas y visitantes, esforzándonos por alcanzar la meta **cero accidentes** a través de la identificación, evaluación, control y eliminación de cualquier riesgo que pudiera surgir en los centros de trabajo.

Buscamos que todas nuestras operaciones logren buenas prácticas y un desempeño de clase mundial en materia de seguridad, por lo que a partir de 2016 instituímos una **Estrategia de Seguridad** apalancada en cuatro iniciativas transformacionales, con la que aspiramos a alcanzar, para 2020, tasa de tiempo perdido por accidentabilidad (LTIR) de 0.5 por cada 100 colaboradores.

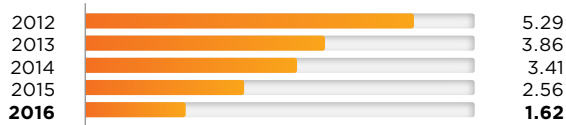
ESTRATEGIA DE SEGURIDAD COCA-COLA FEMSA



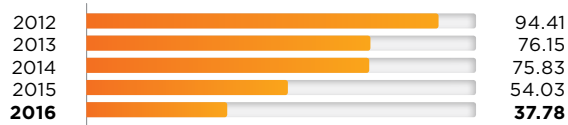
Esta estrategia, sustentada en diagnósticos y análisis de las mejores prácticas de empresas líderes en seguridad, nos abre paso para generar una transformación cultural en seguridad a través de iniciativas en materia de prevención, comunicación, capacitación, asesoramiento y control de riesgos, dirigidas a nuestros colaboradores y sus familias.

Estas acciones nos ayudaron a disminuir en **37%** la índice de incidentes con tiempo perdido (LTIR) 2016 y en **30%** la índice de severidad por incidentes con tiempo perdido, lo que significa que en el **23%** de las operaciones de manufactura y distribución logramos alcanzar la meta de cero accidentes.

ÍNDICE DE INCIDENTES CON TIEMPO PERDIDO (LTIR)



ÍNDICE DE SEVERIDAD POR INCIDENTES CON TIEMPO PERDIDO (LTISR)



Se consideran accidentes y días perdidos por horas trabajadas, asumiendo las horas que trabajan 100 colaboradores por 50 semanas anuales con 40 horas laboradas por semana.

En 2016 desarrollamos más de 130 actividades para promover y garantizar la seguridad y salud de nuestros colaboradores y sus familias entre las que destacan 14 talleres de liderazgo en seguridad, formación de comités de protección personal y la iniciativa Top 5 Riesgos y Rutinas de Gestión. Estamos trabajando también en el **Programa de Transformación Cultural KOF**, realizando diversas acciones en los 10 países, como diagnósticos de Cultura en Seguridad, sesiones de liderazgo para mandos medios y altos, Pilotos de Transformación Cultural, desarrollo del Modelo KOF Responsable, Programa de Gestión de Riesgos y Liderazgo, entre otros.

Para disminuir la accidentabilidad y cuidar la integridad física relacionada con nuestra flota, implementamos innovaciones tecnológicas con el fin de reducir colisiones viales, y contamos con un programa de seguridad vial y observación preventiva del comportamiento de los operadores. Estas acciones contribuyeron a que 57 de nuestros colaboradores en México ganaran el Premio Nacional Seguridad Vial, en donde se obtuvieron cinco primeros lugares, 11 segundos y 41 terceros lugares. En Filipinas, dimos inicio al Programa de Entrenamiento y Desarrollo de Habilidades de Conducción Vial *Alert Driving Program*.

En Coca-Cola FEMSA ratificamos la creencia que todos los accidentes se pueden evitar. Por ello investigamos, analizamos y determinamos las acciones necesarias para reducir lesiones derivadas de nuestras operaciones.

Dada la naturaleza de nuestro modelo de negocio, a partir de este año reportamos el total de fatalidades imputables a nuestra empresa. Los datos incluyen las operaciones de manufactura, distribución y comercial con impacto a nuestros colaboradores y comunidades.

FATALIDADES IMPUTABLES A LA EMPRESA



META 2020

Tasa de tiempo perdido por accidentabilidad (LTIR) de 0.5 por cada 100 colaboradores



SALUD OCUPACIONAL

Durante 2016 invertimos USD \$6.0 millones en acciones que favorecen la salud, a través de nuestro **Sistema de Administración de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional (SASSO)**, en nuestros centros de trabajo e instalaciones, contribuyendo a reducir los índices de enfermedad general.

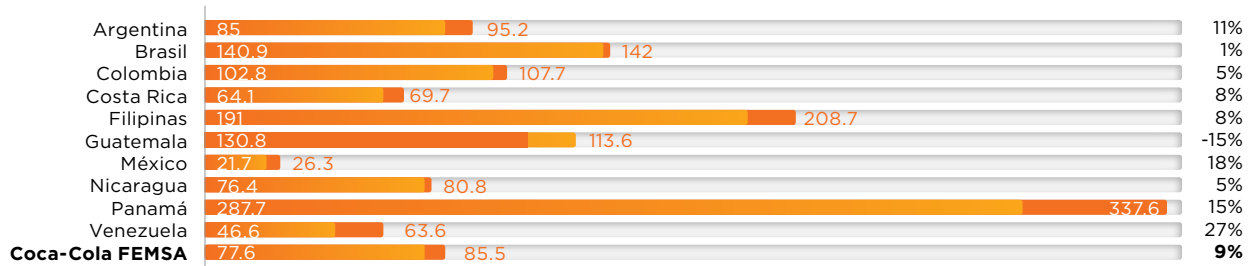
Fomentamos hábitos saludables y el autocuidado, además nos apegamos a estándares y normas internacionales como el OHSAS 18001, al mismo tiempo que vigilamos el cumplimiento de nuestra **Política de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional** que establece una relación de

compromiso y corresponsabilidad entre líderes y colaboradores. Todo lo anterior, en conjunto con el Programa SASSO, contribuye a que las actividades profesionales en Coca-Cola FEMSA no tengan riesgo elevado de desarrollo de enfermedades. Implementaremos los programas de prevención de Factores Psicosociales y el Modelo de Empresa Saludable con los lineamientos de la OMS y tenemos la meta 2020 de reducir en 20% el índice de ausentismo por enfermedad general y tener cero fatalidades por enfermedades profesionales, tomando como año base 2015.

ÍNDICE DE ENFERMEDAD GENERAL

■ 2015 ■ 2016 ■ MEJORA

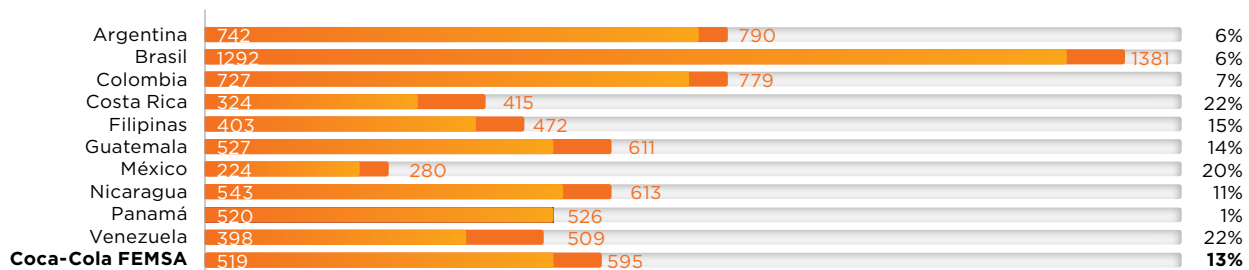
POR CADA 100 COLABORADORES



DÍAS PERDIDOS POR ENFERMEDAD GENERAL

■ 2015 ■ 2016 ■ MEJORA

POR CADA 100 COLABORADORES



En 2016 mejoramos los índices de enfermedad general y de días perdidos

Meta 2020: de **reducir en 20%** el índice de ausentismo por enfermedad general y tener **cero fatalidades** por enfermedades profesionales, tomando como año base 2015.

03. CAPACITACIÓN Y DESARROLLO

Para sostener el crecimiento y la atención hacia nuestros clientes constantemente buscamos formas de innovación en nuestros procesos y productos, lo que conlleva la responsabilidad de invertir en capacitación de nuestros colaboradores, al mismo tiempo que apuntalamos su potencial y liderazgo.

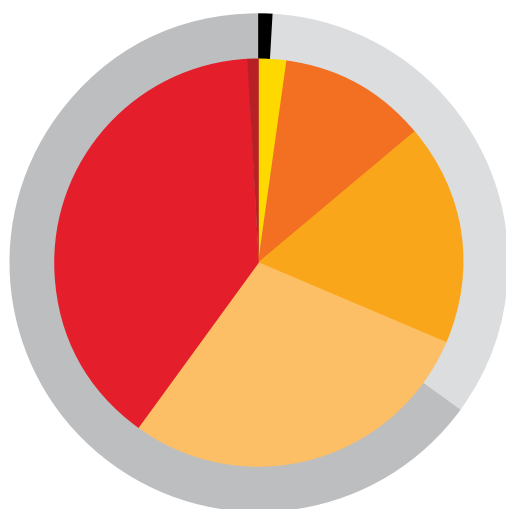
Nuestros colaboradores cuentan con un Plan de Desarrollo que fortalece sus competencias de liderazgo, funcionales y técnicas. Con el objetivo de determinar qué formación es más adecuada para cada uno, realizamos diagnósticos para detectar necesidades de capacitación mediante herramientas como *assessment*, evaluación 360° y entrevistas conductuales; posteriormente diseñamos el estilo de aprendizaje personalizado que se compone de experiencias críticas a través del trabajo, procesos de colaboración como

retroalimentación, acompañamientos, *mentoring* y *coaching*, así como de capacitación sincrónica y asincrónica.

Durante 2016 invertimos un total de USD \$11.9 millones, lo que representa un promedio de USD \$263 por persona. Para complementar estos procesos, en 2016 trasladamos a 459 gerentes y 50 directores entre nuestros países, a fin de impulsar la innovación dentro de la compañía.

Además, permanentemente contamos con las Escuelas Funcionales de **Universidad FEMSA**, que se enfocan en generar capacidades para los procesos esenciales del negocio. En 2016 invertimos USD \$202 mil y cerca de 1 millón de horas en desarrollar y fortalecer los conocimientos técnicos de nuestros colaboradores alineados con las mejores prácticas determinadas por los Centros de Excelencia.

HORAS DE CAPACITACIÓN



POR NIVEL

65%
Sindicalizados

34%
Administrativos

1%
Directores y gerentes

POR TEMA

40%
Conocimiento técnico

29%
Planes de desarrollo

16%
Salud y seguridad

12%
Idiomas

2%
Ética y derechos humanos

1%
Sostenibilidad

CAPACITACIÓN POR REGIÓN				
PAÍS	PERSONAS CAPACITADAS	HORAS CAPACITACIÓN	HORAS POR PERSONA	PORCENTAJE DE COBERTURA ¹
Corporativo	482	25,177	51.0	98%
Argentina	2,462	41,565	15.3	91%
Brasil	16,832	331,134	20.3	103%
Centroamérica	4,230	56,484	10.4	78%
Colombia	3,296	66,455	18.6	92%
Filipinas	6,225	5,124	0.5	61%
México	39,352	1,730,077	43.2	98%
Venezuela	7,373	217,686	32.2	109%
Total	80,252	2,473,701	28.9	94%

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

COMPENSACIÓN Y BENEFICIOS

Nuestra Gente cuenta con un esquema de compensación y beneficios que reconoce los resultados individuales y la contribución a la generación de valor de la compañía derivado del esfuerzo y compromiso en su trabajo.

Nos aseguramos que la remuneración que reciben nuestros colaboradores en todos los niveles sea competitiva y en igualdad de condiciones para hombres y mujeres. En este sentido garantizamos que los colaboradores directos en posiciones de entrada¹ a la compañía cuenten con un salario en promedio 5.69² veces mayor con respecto al salario mínimo de cada país. Aunado a lo anterior, a partir de estudios de consultoras internacionales que nos ayudan a realizar comparativos por país, logramos determinar que 25% de nuestros colaboradores cuentan con un salario integrado mayor o igual al rango del mercado.

En 2016, 20 mil 700 colaboradores recibieron una evaluación de desempeño derivada del programa Administración por Objetivos que nos ayuda a monitorear la contribución de los colaboradores con las metas y objetivos del negocio; al mismo tiempo que permite identificar a los candidatos a un tipo de compensación, así como reconocer los logros del equipo, detectar áreas de oportunidad y trabajar en conjunto para mejorar.

En Coca-Cola FEMSA ofrecemos beneficios superiores a los que marca la ley en los países en donde tenemos presencia, algunos de ellos son plan de seguro de vida para todo el personal administrativo, gastos médicos mayores, así como incentivos de corto y largo plazo para niveles directivos.

A los colaboradores que están por ser madres o padres les ofrecemos un periodo de maternidad/paternidad conforme a la normativa local, en 2016 comenzamos una primera fase de monitoreo del índice de retorno para los colaboradores que pidieron el permiso obteniendo resultados muy positivos.

Para nuestros colaboradores que se jubilan contamos con planes de retiro y, en ocasiones, brindamos un esquema complementario de servicios de atención médica y/o un pago vitalicio. Estos beneficios se determinan de acuerdo a las condiciones y leyes de cada país. Por su parte, los colaboradores sindicalizados reciben las prestaciones de ley de cada país y en algunos casos las exceden. Damos cumplimiento a los periodos de preaviso y otro tipo de notificaciones, otorgamos periodos vacacionales, pago de horas extra, acceso a seguridad social y uniformes, entre otros beneficios acordados en los contratos colectivos de trabajo. A su vez, estos contratos son evaluados periódicamente con los representantes sindicales de cada operación.

¹ Generalmente recién egresados de una carrera profesional o hasta con 1 año de experiencia
² No incluye operaciones en Filipinas ni Venezuela.



2,512

colaboradores con
jornadas flexibles



PLANTILLA LABORAL

■ NO SINDICALIZADOS ■ SINDICALIZADOS ■ TOTAL PROPIOS ■ TERCEROS ■ TOTAL

	NO SINDICALIZADOS	SINDICALIZADOS	TOTAL PROPIOS	TERCEROS	TOTAL
Argentina	721	2,077	2,798	51	2,849
Brasil	245	18,879	19,124	1,052	20,176
Colombia	3,066	545	3,611	1,339	4,950
Costa Rica	1,647		1,647	308	1,955
Filipinas	4,088	6,356	10,444	6,067	16,511
Guatemala	353	977	1,330	246	1,576
México	18,114	22,787	40,901	3,628	44,529
Nicaragua	331	467	798	376	1,174
Panamá	548	930	1,478	155	1,633
Venezuela	1,826	4,473	6,299		6,299
Total KOF	30,939	57,490	88,429	13,222	101,652

PLANTILLA LABORAL¹

■ HOMBRE ■ MUJER

	HOMBRE	MUJER
Argentina	92%	8%
Brasil	91%	9%
Colombia	76%	24%
Costa Rica	88%	12%
Filipinas	80%	20%
Guatemala	96%	4%
México	90%	10%
Nicaragua	89%	11%
Panamá	91%	9%
Venezuela	89%	11%

PLANTILLA LABORAL¹

■ DIRECTORES Y GERENTES ■ CONTRIBUIDOR INDIVIDUAL ■ SINDICALIZADO ■ TERCERO

	DIRECTORES Y GERENTES	CONTRIBUIDOR INDIVIDUAL	SINDICALIZADO	TERCERO
Argentina	2%	24%	73%	2%
Brasil	1%		94%	5%
Colombia	2%	61%	11%	27%
Costa Rica	2%		82%	16%
Filipinas	1%	24%	38%	37%
Guatemala	<1%	22%	62%	16%
México	1%	39%	52%	8%
Nicaragua	<1%	28%	40%	32%
Panamá	<1%	33%	57%	9%
Venezuela	1%	27%		71%

1.73%

Rotación promedio mensual

13,748

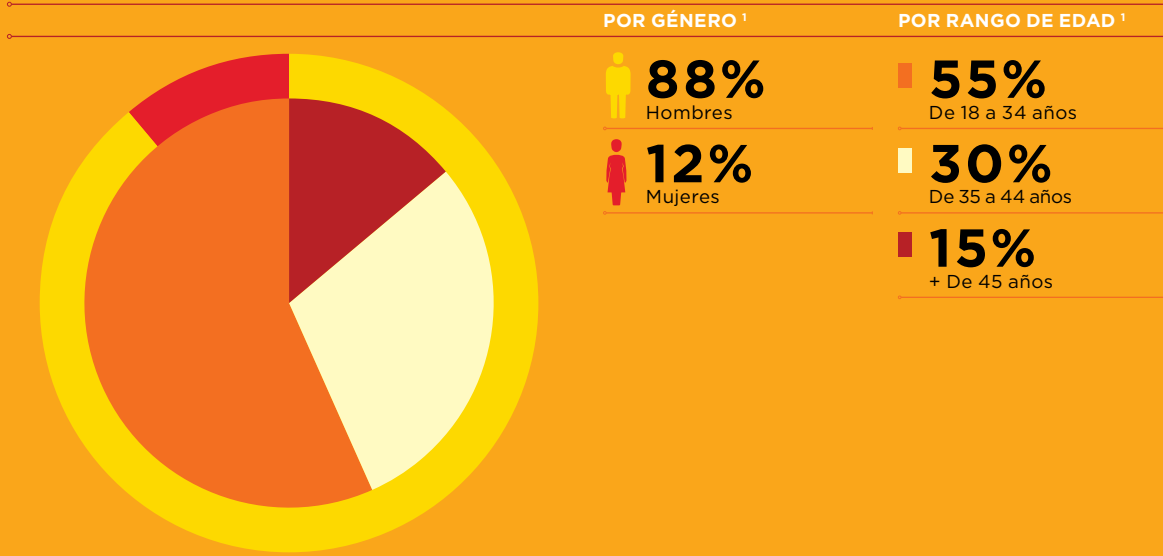
Nuevas contrataciones

25%

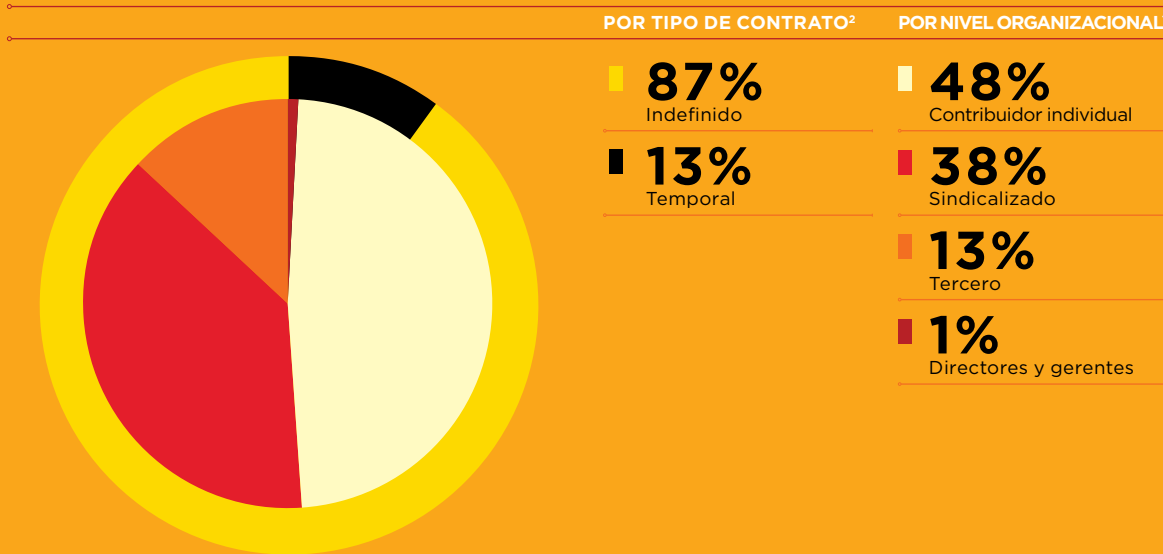
Vacantes cubiertas por promociones internas

¹ No incluye 8.36% de personal tercero de Coca-Cola FEMSA

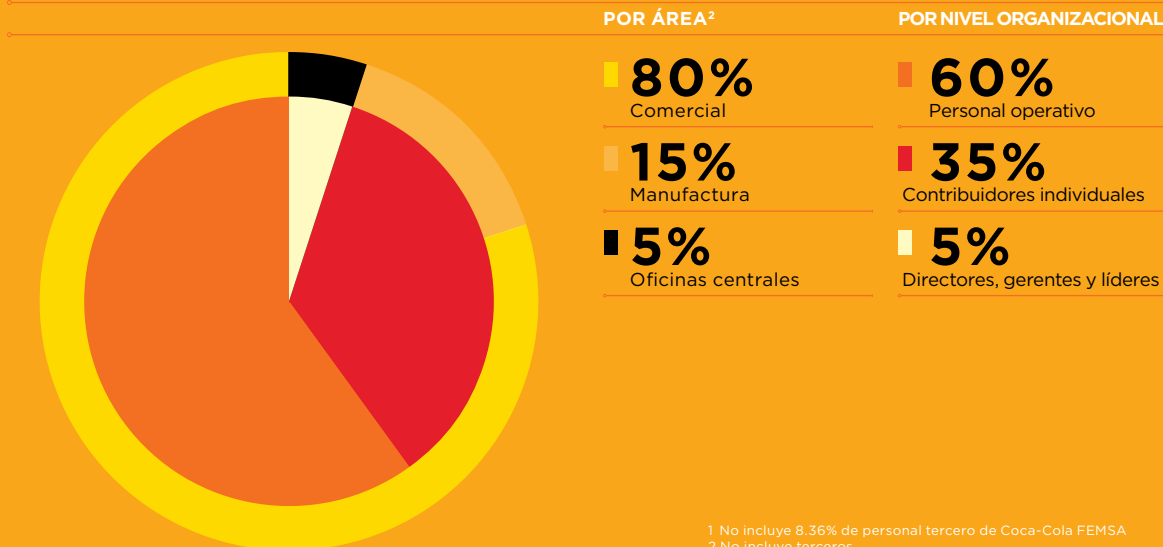
PERSONAL



PERSONAL



PORCENTAJE DE BAJAS



¹ No incluye 8.36% de personal tercero de Coca-Cola FEMSA
² No incluye terceros



18

centros de trabajo
con metodología
MARRCO

Cerca de

1 MILLÓN

de personas beneficiadas
con programas de hábitos
saludables

589

proveedores en programas
de evaluación y desarrollo

NUESTRA COMUNIDAD



ESTILOS DE VIDA SALUDABLE

PROMOVER INTEGRACIÓN DE HÁBITOS SALUDABLES CON PROGRAMAS DE ACTIVACIÓN FÍSICA, NUTRICIÓN Y ALIMENTACIÓN, ASÍ COMO CONTAR CON UN PORTAFOLIO DE PRODUCTOS ADECUADO A CADA ESTILO DE VIDA.



DESARROLLO COMUNITARIO

FORTALECER A NUESTRAS COMUNIDADES LOCALES A TRAVÉS DE PROGRAMAS DE DESARROLLO E INICIATIVAS LOCALES ENFOCADAS EN ASPECTOS SOCIALES Y AMBIENTALES.



ABASTECIMIENTO SOSTENIBLE

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DE NUESTROS PROVEEDORES DE FORMA SOSTENIBLE.

NUESTRAS COMUNIDADES SON CLAVE PARA CUMPLIR NUESTROS OBJETIVOS

Entablamos una comunicación estrecha y desarrollamos procesos de colaboración para beneficio mutuo. Nuestra labor en las comunidades tiene como objetivo contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas, generando valor económico, social y ambiental de manera simultánea.

01. ESTILOS DE VIDA SALUDABLE

Como líderes de la industria de bebidas sabemos que debemos de ser promotores de estilos de vida saludable en nuestras comunidades, promoviendo que las personas combinen una adecuada nutrición con activación física y educación en las diferentes etapas de vida.

Para hacer frente a los problemas de salud que pueden afectar la calidad de vida de nuestras comunidades, se deben generar soluciones integrales en coordinación con gobiernos, iniciativa privada y sociedad civil a través de alianzas multisectoriales. En línea con nuestro compromiso con la salud y el fomento de hábitos saludables desarrollamos una estrategia que se enfoca en tres niveles de acción:



INICIATIVAS MULTISECTORIALES

En 2016 lanzamos el Compromiso Latinoamericano por un Futuro Saludable, una coalición multisectorial en conjunto con *Healthy Weight Commitment Foundation* (HWCF) y otras empresas de la industria de bebidas, que tiene como objetivo fomentar la ejecución de iniciativas nacionales que empoderen a niños en edad escolar y a sus familias, a tomar decisiones adecuadas sobre su alimentación y activación física que generen hábitos saludables mediante distintas herramientas educativas. La coalición también buscará trabajar con más aliados locales para expandir su alcance e impacto.

La implementación de esta iniciativa incluye una colaboración con **Discovery en la Escuela** para el despliegue de la plataforma educativa en línea Juntos Contamos™, que proporciona un plan de estudios enfocado en la salud y el bienestar adaptado a cada etapa de desarrollo, así como herramientas interactivas que consideran los estándares recomendados por instituciones

especializadas para estimular y construir hábitos saludables.

El Compromiso Latinoamericano por un Futuro Saludable y la plataforma Juntos Contamos™ están activos en dos países en donde más de 114 mil personas han sido beneficiadas, acorde a la metodología de Discovery en la Escuela.

Colombia - Durante el Foro Económico Mundial sobre América Latina se hizo el lanzamiento oficial de Discovery en la Escuela y *Healthy Weight Commitment Foundation* con diversos socios estratégicos de la industria de bebidas.

México - La alianza con el Movimiento por una Vida Saludable (MOVISA¹) fue clave para el lanzamiento de este compromiso en México.

¹ MOVISA es una asociación no gubernamental, privada apoyada por compañías de alimentos y bebidas, minoristas, deportivas, de entretenimiento, bancarias y otros actores interesados que colaboran con organizaciones públicas y privadas para promover una dieta saludable e incrementar la actividad física como clave para un estilo de vida saludable. Los principios básicos a partir de los cuales MOVISA guía sus actividades son Educación, Comunicación, Investigación, Innovación y Activación.



INICIATIVAS LOCALES ENFOCADAS EN NUTRICIÓN, Y ACTIVIDAD FÍSICA

A través de programas locales buscamos impulsar el desarrollo de hábitos saludables en las comunidades donde operamos.

Una de las metas que nos hemos planteado es beneficiar entre 2015 y 2020 a cinco millones de personas con nuestros programas sobre hábitos saludables y nutrición, la cual hemos cumplido al cierre de 2016 en un **30%**, contando con la participación de **1.5 millones de personas** y una inversión de USD **\$4.9 millones**.

Para alcanzar esta meta y en complemento a nuestros programas, desde hace ocho años trabajamos en colaboración con **Fundación FEMSA** a través de su estrategia de inversión social en proyectos enfocados a solucionar problemáticas de alimentación y crear entornos saludables para la infancia con un fuerte componente educativo. Además, se realiza inversión en investigación a través del **Centro de Biotecnología FEMSA** en el Tecnológico de Monterrey para complementar estos objetivos.

Meta 2020: beneficiar a cinco millones de personas en programas de nutrición y activación física.

META 2020			
	2015	2016	ACUMULADO
Beneficiados	509,795	997,949	1,507,744
Inversión	USD \$1.5 millones	USD \$3.4 millones	USD \$4.9 millones

FILIPINAS



El programa Suplementario **Minute Maid Nurisha** tiene como objetivo ayudar a mejorar la salud y el bienestar de los niños en edad escolar. El programa garantiza que estos consuman una bebida de jugo sabor naranja que contiene 14 macronutrientes esenciales como zinc, vitaminas A, complejo B, C, D y E que ayudan al crecimiento y desarrollo físico y mental. Al día de hoy 30 mil niños de preescolar se encuentran inscritos al programa, complementando ésta experiencia jugando con juegos tradicionales filipinos con nuestros voluntarios. Los padres y maestros se unen al aprendizaje sobre los beneficios del producto y la creación de comidas saludables y económicas.

ARGENTINA



Seguimos trabajando con el proyecto **Huertas Sustentables**, donde se cultivan verduras de hoja verde y tomates de forma hidropónica para el Comedor Los Piletones, de esta manera los vegetales crecen más rápido y con un mayor aporte nutricional.

NICARAGUA

En alianza con *The Coca-Cola Company* llevamos a cabo el programa **Un Plato, Una Sonrisa**, que tiene como objetivo contribuir a la retención escolar, promover hábitos alimenticios balanceados y mantener un estado nutricional saludable con el suministro de alimentación diaria durante el año escolar, beneficiando a casi 10 mil niños anualmente.

SISTEMA COCA-COLA



BRASIL

Mejoramos la calidad de vida de comunidades por medio de **Plaza de la Ciudadanía**, iniciativa en la que se facilita el acceso a servicios públicos, al mismo tiempo que se construye una red de mejoras para la comunidad acerca de salud, nutrición y activación física.

Con Fundación FEMSA recientemente firmamos una alianza con el Centro de Recuperación y Educación Nutricional (CREN) para apoyar el programa **Yo aprendí, Yo enseñé**, diseñado para sensibilizar y capacitar a jóvenes en temas de educación nutricional y liderazgo, para que, posteriormente sean agentes de cambio en su comunidad al replicar los conocimientos.

Desarrollamos **Geração Movimento**, el cual busca la formación continua de profesores de primero a quinto año de primaria sobre la importancia del movimiento del cuerpo para el desarrollo, así como el estímulo de actividades de activación física, creando una generación de 4 mil estudiantes y profesores más activos.

 FUNDACIÓN FEMSA


 SISTEMA COCA-COLA

COLOMBIA



A través del programa **Ludonutrición**, en conjunto con Fundación FEMSA en colaboración con Corporación Juego y Niñez, ayudamos a que 4 mil 8 niños y niñas entre seis y 13 años de edad de 10 escuelas en Cartagena, Tocancipá y Montería, aprendan con juegos sobre hábitos saludables, alimentación balanceada y actividad física. Se capacitaron 311 padres de familia y 202 docentes para asegurar un entorno saludable y crear conciencia sobre la relevancia de las interacciones de calidad en casa y escuela para la infancia colombiana.

En 2016 con afroamericanas, en Bogotá, capacitamos a 580 estudiantes y sus familias para instruirlos sobre la correcta selección de alimentos nutritivos.

 FUNDACIÓN FEMSA

MÉXICO

Colaboramos en el programa **Ponte al 100**, en conjunto con el Sistema Coca-Cola, y otros socios, para generar hábitos de vida saludable en estudiantes manteniendo un control de medición sobre diferentes indicadores de salud.

Adicionalmente, contribuimos a la activación de 7 millones 613 mil 596 personas con la iniciativa **MOVE** que consolida diferentes programas enfocados en la promoción de la activación física.

El **Proyecto Cantera** es un programa de desarrollo integral a través del deporte que en 2016 benefició a 1,114 niños.

 SISTEMA COCA-COLA

CENTROAMÉRICA



Impulsamos **Campaña de Colores**, red que promueve la nutrición y estilos de vida saludable en 52 escuelas primarias de Guatemala, Costa Rica, Panamá y Nicaragua a través del conocimiento y adopción de hábitos de nutrición, higiene y activación física. Este proyecto se lleva en conjunto con la *American Nicaraguan Foundation (ANF)* y *Glasswing International*, beneficiando a más de 20 mil niños.

 FUNDACIÓN FEMSA
COSTA RICA, GUATEMALA,
NICARAGUA, PANAMÁ,
VENEZUELA, COLOMBIA Y
ARGENTINA

Contribuimos a la activación física de niños, adolescentes y adultos, involucrando a más de 180 mil personas en la iniciativa **Hora de Moverse**, conocida también como **Apúntate a Moverte** en Colombia y **Dale Juguemos** en Argentina.

 SISTEMA COCA-COLA

VENEZUELA



La **Red de Entrenadores Comunitarios Coca-Cola FEMSA** tiene como objetivo formar a líderes que promuevan la convivencia, mediante el deporte, a través de la inclusión y equidad de género. Durante 2016, 138 instructores recibieron 90 horas de formación teórico-prácticas basadas en la metodología de Deporte para el Desarrollo con el fin de promocionar la coexistencia pacífica y armoniosa en sus comunidades. En este año, 8 mil niños de Zulia en Venezuela fueron beneficiados por el programa

OFERTA DE PRODUCTOS Y MERCADOTECNIA RESPONSABLE

Continuamos fortaleciendo nuestro portafolio de bebidas con nuevas marcas.

En México, para los paladares que prefieren el delicioso y refrescante sabor de Coca-Cola Original, una de las bebidas y marcas favoritas, pueden disfrutar la nueva opción Coca-Cola Sin Azúcar. Mientras que en Brasil, siguiendo el exitoso lanzamiento de Coca-Cola Zero, creamos Coca-Cola Stevia con la mitad de calorías. Además, comenzamos a distribuir las bebidas Monster en ambos países, generando más de 11 millones de transacciones en tan solo cinco meses.

Este año también fortalecimos la expansión de nuestros productos lácteos con Santa Clara en México, Estrella Azul en Panamá y Verde Campo en Brasil, con lo que complementamos la expansión multicategoría de Coca-Cola FEMSA. Llegamos a un acuerdo con Unilever para adquirir la marca de bebidas a base de soya AdeS, creciendo nuestro portafolio, dimos seguimiento a los lanzamientos de Ciel Exprim y la nueva fórmula de Ciel Mineralizada con burbujas que duran más, al mismo tiempo que creamos las nuevas bebidas Limon & Nada, Naranja & Nada y próximamente Jamaica & Nada para nuestro mercado en México.

En todas nuestras operaciones contamos con etiquetado de contenido nutricional y limitamos la publicidad y mercadeo en medios donde la audiencia predominante sean niños menores de 12 años de edad. En Colombia nos sumamos a un acuerdo de la industria para: 1) contar con rotulado frontal; 2) limitar publicidad y mercadeo para niños menores de 12 años; 3) evitar comercialización de bebidas en colegios y escuelas primarias; 4) promover estilos de vida activa y saludable e 5) innovar y ampliar el portafolio de productos.

Por otro lado en México apoyamos la campaña de comunicación **Checa y Elige** de MOVISA, que enseña a los consumidores a leer adecuadamente el etiquetado nutrimental. En Brasil realizamos un compromiso junto con la Associação Brasileira da Indústria de Refrigerantes e Bebidas Não Alcoólicas (ABIR), y empresas del sector, para modificar nuestro portafolio de bebidas en escuelas con niños menores a 12 años, incluyendo solamente agua mineral, jugo con 100% de fruta

y bebidas de leche que cumplen los criterios nutricionales adecuados para estas edades.

Además, apegamos nuestros materiales publicitarios a las políticas de Mercadotecnia Responsable y a los Global School Beverage Guidelines de The Coca-Cola Company como parte del compromiso con el bienestar de nuestros consumidores.

Nos apegamos al Código para la Autorregulación de Publicidad de Alimentos y Bebidas no Alcohólicas dirigida al Público Infantil en México (Código PABI). Además, todos nuestros envases cuentan con los datos sobre los nutrimentos, grasas, azúcares, sodio y calorías que el producto contiene, calculados sobre una base para una dieta de dos mil calorías, de acuerdo con las Guías Diarias de Alimentación (GDA) y acorde a las regulaciones vigentes en cada país.



De la misma manera, para asegurar que los productos de Coca-Cola FEMSA cuentan con los más altos estándares de calidad, incluyendo certificaciones ISO-9001 e ISO-22000 nuestros procesos de manufactura se alinean a los Requerimientos Operativos de Coca-Cola (KORE por sus siglas en inglés) y al Sistema de Gestión de Inocuidad Alimentaria, así garantizamos la calidad a lo largo de la cadena de producción en todas nuestras plantas, que a su vez están certificadas en seguridad alimentaria al estar integradas al Food Safety System Certification 22000 (FSSC 22000).

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



36%

de nuestro portafolio de marcas cuenta con vitaminas, fibras, minerales o suplementos nutricionales

36%

de nuestro portafolio de marcas es de bebidas bajas o sin calorías

02. DESARROLLO COMUNITARIO

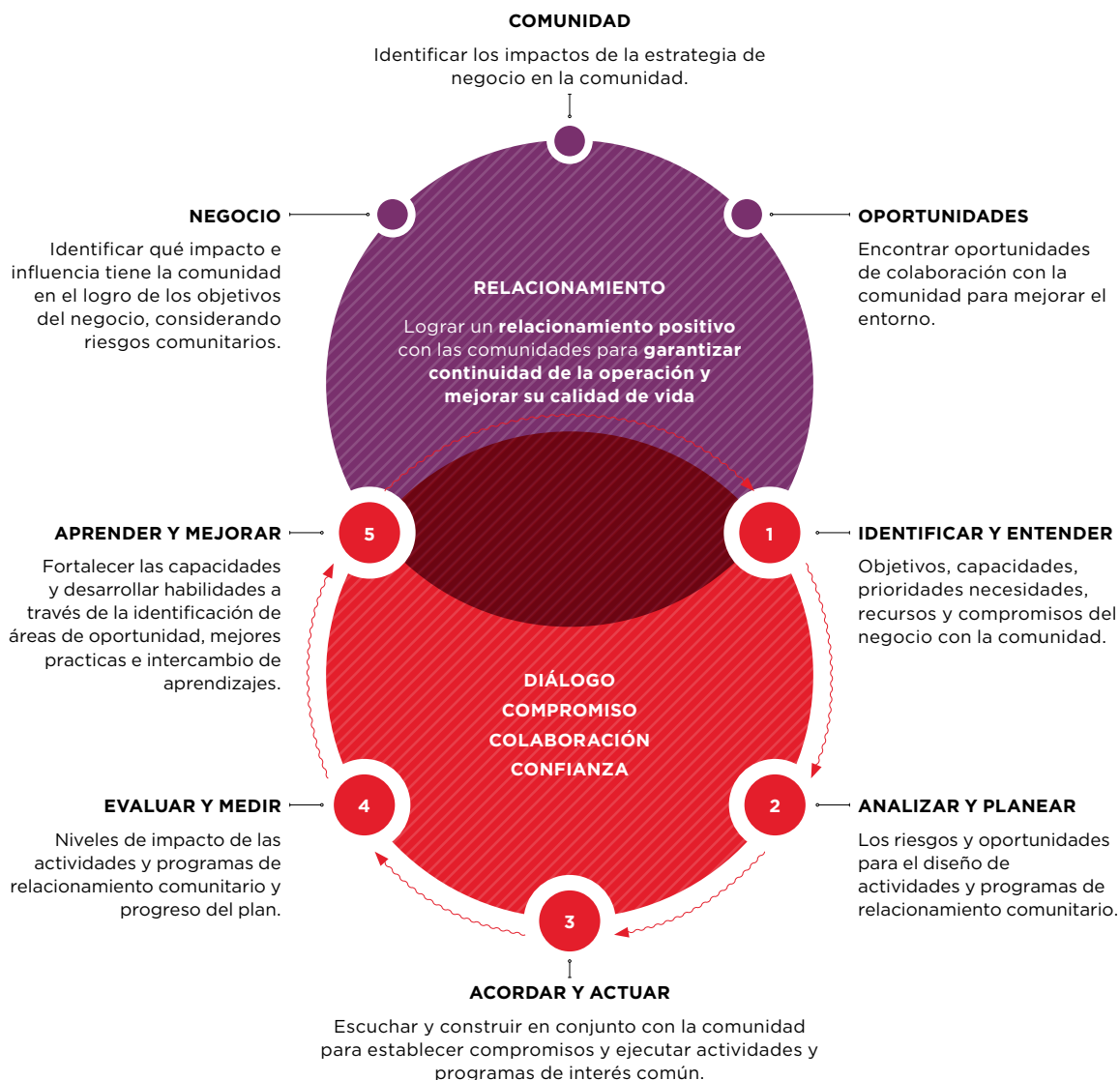
En Coca-Cola FEMSA queremos contribuir a mejorar las condiciones de vida de las comunidades en donde operamos, por ello nos planteamos la meta de lograr que el 100% de nuestros centros de trabajo críticos cuenten con un plan de relacionamiento comunitario para 2020.

Queremos ser un vecino cercano de nuestras comunidades, por lo que promovemos el diálogo continuo y la integración, ya que conocerlos es importante para desarrollar e implementar actividades y programas adecuados a sus necesidades. Con esto buscamos construir confianza y generar compromiso de todas las partes, garantizando nuestra licencia social para operar.

El enfoque de licencia social nos permite habilitar y consolidar relaciones positivas con las comunidades, ayudándonos a servir a los mercados y desempeñarnos de mejor manera a través de la identificación de aspectos centrales.

Para generar una visión sobre las relaciones comunitarias que nos permita llevar a la práctica, de manera estandarizada y sistemática, desarrollamos un modelo de gestión que consta de cinco pasos secuenciales, conformando la base de la Metodología de Atención a Riesgos y Relacionamiento Comunitario (MARRCO).

100% de nuestras operaciones han implementado programas de desarrollo y evaluaciones de impactos con participación de la comunidad local



“Es gratificante trabajar en una empresa que se preocupa por la relación con los vecinos y los actores de la sociedad para una convivencia armónica y sostenible. Agregar valor social a través de nuestra gente, del planeta y de la comunidad, destaca el legado de Don Eugenio Garza”,

Flávio Eduardo de Oliveira - Gerente de las Plantas Marilía, Maringá y Bauru

En 2016 nos planteamos la meta de implementar MARRCO en 18 centros de trabajo de Coca-Cola FEMSA y uno de Estrella Azul que presentaban alguna necesidad comunitaria de atención. Así, con apoyo del equipo de FEMSA, habilitamos a las siguientes localidades:

LOCALIDADES MARRCO

	PAÍS O REGIÓN	CENTRO DE TRABAJO
	México 	Cuernavaca San Juan del Rio Altamira
	Centroamérica 	Managua Calle Blancos Coronado Estrella Azul
	Colombia 	Bogotá Tocancipá Cali Medellín Calera / Manantial
	Brasil 	Jundiaí Sumaré (Centro de Distribución) Itabirito Marilía (Planta y Centro de Distribución)
	Argentina 	Montegrande Alcorta

Estos centros de trabajo cuentan ya con la metodología y están en proceso de entrega de un plan de relacionamiento comunitario que permitirá la inmediata implementación de una serie de actividades alineadas a las necesidades, riesgos locales y expectativas de la comunidad, que a su vez garantizarán la convivencia y permanencia positiva de nuestro negocio en esas localidades.

En Coca-Cola FEMSA hemos construido relaciones e historias con nuestras comunidades mediante distintas iniciativas que atienden problemáticas de manera integral desde que iniciamos operaciones con la finalidad de mejorar el entorno.

Teniendo en cuenta la diversidad de las poblaciones y comunidades en las que tenemos influencia, nuestro Marco Estratégico de Sostenibilidad nos permite desarrollar actividades enriquecedoras de acuerdo a los requerimientos de cada país.

En el caso de Colombia, 2016 marcó el fin del conflicto armado con el grupo guerrillero FARC E.P. a través de la firma de un Acuerdo de Paz que abrió los caminos para una Colombia en paz y le generó al Presidente Juan Manuel Santos el reconocimiento como Premio Nobel de la Paz. Acompañando el propósito de todo un país, decidimos comprometernos con proyectos que apoyen la consecución de la paz y la reconciliación, así como la reconstrucción del tejido social.




En esta línea **Aportando Tiempo** continúa promoviendo que nuestros colaboradores participen voluntariamente en un programa de formación y capacitación a personas emprendedoras en procesos de reintegración para mantener y fortalecer el éxito de sus planes de negocio. En 2016, este programa, en su octavo año de implementación, continuó formando a personas en proceso de reintegración operando en cuatro ciudades: Barranquilla, Ibagué, Cali y Valledupar.

Este compromiso se extiende también a otras iniciativas que buscan la reconstrucción del tejido social, por ejemplo, **Espacios de Paz y Reconciliación**, programa que pretende generar entornos para que las personas en proceso de reintegración puedan emprender un servicio social en beneficio de las comunidades y víctimas de la violencia. Bajo este mismo compromiso, en 2016 también tuvimos presencia en Cali con **Vive Bailando**, un modelo de intervención social enfocado en adolescentes que utiliza la pedagogía del baile como herramienta de transformación y de estilos de vida activa, impactando de manera sostenida y positiva conductas, el liderazgo, la integración familiar y la capacidad para desempeñarse como agentes de cambio en entornos afectados por la violencia. En 2016 estas iniciativas apoyaron a 353 personas, de las cuales 118 se encuentran en proceso de reintegración.

En otros países nos acercamos a las comunidades locales con diversas actividades.

Durante 2016 llevamos a cabo **33 iniciativas de desarrollo comunitario** y **21 de atención a impactos ambientales** locales, con un total de **200 mil beneficiados** en los 10 países donde operamos.

Además, en la mayoría de los países donde operamos conmemoramos y celebramos con jornadas educativas los días mundiales del agua y del medio ambiente.

ARGENTINA	BRASIL	
<p>En Argentina habilitamos el boulevard frente nuestra Planta Alcorta instalando postas deportivas bajo el programa Canteros Alcorta.</p>		
<p>En 2016 iniciamos el Proyecto piloto de empoderamiento femenino con vecinas de Calle Blancos. Actualmente 11 mujeres están inscritas, quienes llevan talleres de buenos hábitos financieros en beneficio de sus pequeñas empresas.</p> <p>Impulsamos diferentes iniciativas ambientales de educación y difusión informativa que responden a las necesidades locales. En la Semana del Reciclaje, de manera divertida, la ciudadanía participa en jornadas informativas acerca de cómo poner en práctica las 3Rs y sus beneficios ambientales, a fin de generar menos residuos, reutilizar los generados y reciclar, comenzando con una correcta clasificación.</p>	<p>A través del programa 5by20: Sari-Sari Store Training and Access to Resources (STAR), buscamos construir un entorno propicio para que las mujeres del sector minorista puedan lograr su empoderamiento económico.</p> <p>The Coca-Cola Company</p> <p>En Filipinas continuamos con la implementación de Coordenadas para Vivir, programa desarrollado con FEMSA que apoya el desarrollo de habilidades para la toma de decisiones con el objetivo de complementar el aprendizaje en las aulas escolares con experiencias fuera de la clase.</p>	
<th>VENEZUELA</th>		VENEZUELA
	<p>A través de Barrio Productivo capacitamos y transferimos conocimientos con el propósito de generar emprendimientos que incrementen el ingreso económico familiar.</p>	
<p>Con el Programa de Visita a Fábricas fomentamos la estrategia de colaboración y acercamiento con las comunidades, clientes y consumidores, abriendo las puertas de las fábricas para presentar nuestros procesos de producción, las prácticas de sostenibilidad que mantenemos, así como incorporar una sesión de sensibilización sobre el cuidado del medio ambiente. En 2016 registramos a más de 35 mil personas que visitaron alguna de nuestras instalaciones.</p> <p>El programa Coletivo Coca-Cola prepara a los jóvenes para el mercado laboral a través de cursos de capacitación profesional focalizados a sus necesidades. En 2016 participaron aproximadamente 16 mil jóvenes.</p> <p>The Coca-Cola Company</p> <p>La iniciativa Minha Galera Faz Eco estimula la educación ambiental entre los jóvenes, ofreciendo un premio al mejor proyecto presentado.</p> 		





03. ABASTECIMIENTO SOSTENIBLE

Impulsamos el desarrollo y crecimiento de nuestros proveedores mientras mejoramos las condiciones sociales y reducimos los impactos ambientales de nuestra cadena de valor.

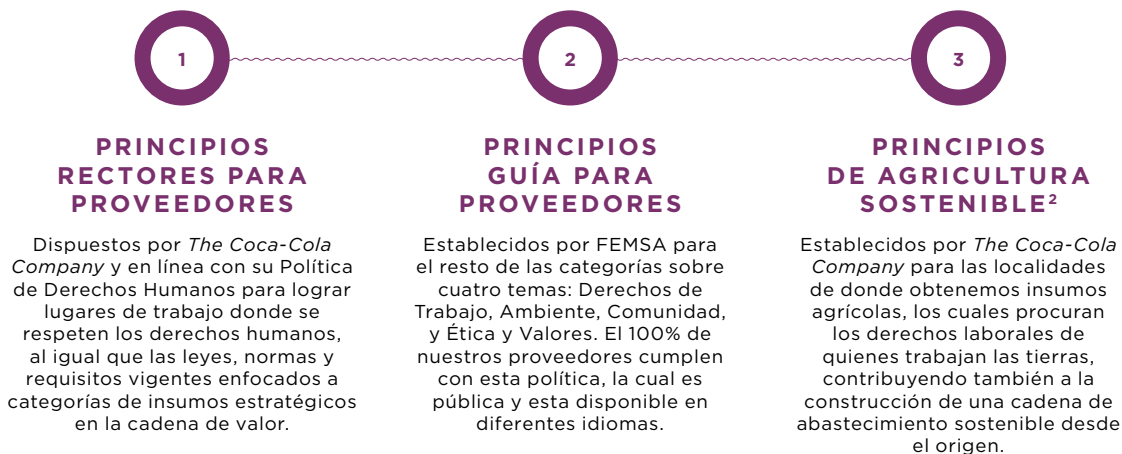
Nuestros proveedores son un socio clave en el éxito del negocio. Para contribuir a su fortalecimiento económico, social y ambiental, así como a la sostenibilidad de la industria en los países donde operamos, contamos con un programa integral de Abastecimiento Sostenible compuesto por tres acciones clave:



DESARROLLO SOSTENIBLE DE PROVEEDORES

Buscamos facilitar el desarrollo sostenible asegurando que los lineamientos sociales, ambientales y éticos aplicables permeen en sus procesos y, en especial, que sus operaciones sean adecuadas para las personas, para el medio ambiente y la comunidad. Generamos planes de acción y trabajo que permitan desarrollar estos aspectos de forma continua.

En este sentido y con el fin de garantizar calidad, integridad, excelencia, al igual que respeto a las diversas costumbres de todas las personas con las que nos relacionamos para hacer negocios, guiamos nuestra forma de operar en una serie de principios, que incluyen:



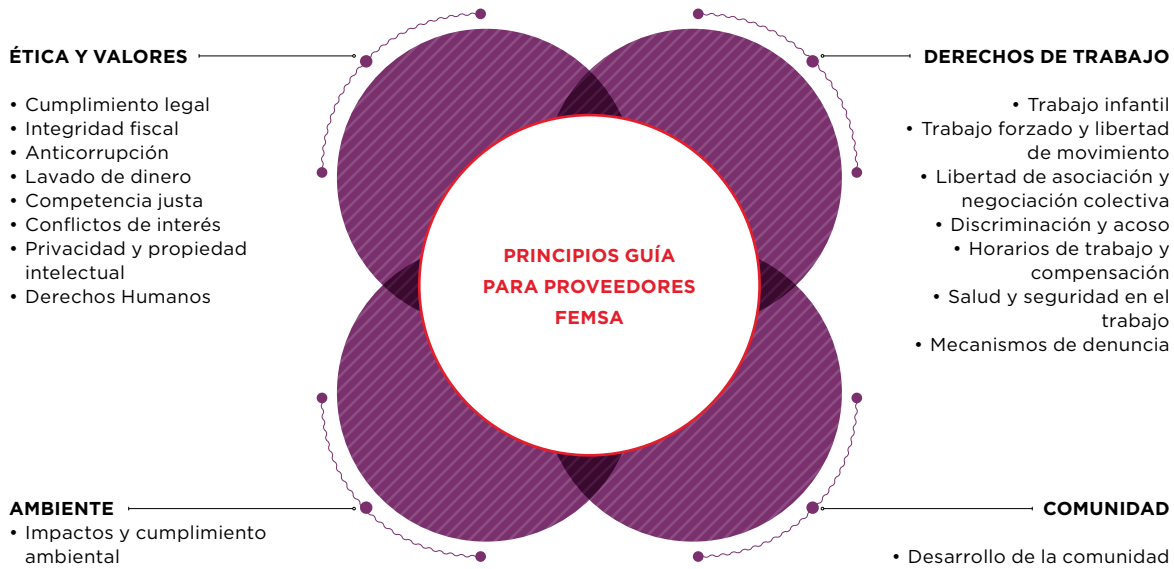
¹ Conoce los Principios Rectores para Proveedores en:

<https://www.coca-colacompany.com/content/dam/journey/us/en/private/fileassets/pdf/2013/07/spg-implementation-guide-spanish.pdf>

² Conoce los Principios de Agricultura Sostenible en:

<http://www.coca-colacompany.com/press-center/company-statements/sustainable-agriculture-guiding-principles/>

Estos principios reflejan los estándares que guían nuestras actividades cotidianas para asegurar centros de trabajo responsables, que velen por el respeto a los derechos humanos y cumplan, como mínimo, las leyes laborales y de medio ambiente.



Compartimos con nuestros proveedores el Código de Ética de Negocios para asegurarnos que actúen basados en sus principios, y que las relaciones que entablen a lo largo de la cadena de valor sean éticas, justas y respetuosas.

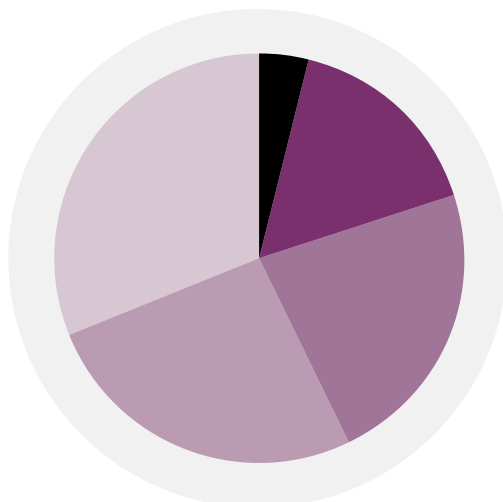
También evaluamos a nuestros proveedores a través del **Sistema de Abastecimiento Sostenible** para alinearlos a los principios y valores que fundamentan la forma de operar de Coca-Cola FEMSA. Consideramos cuatro áreas: Social, Medioambiental, Ética, y Comunidad, y permitimos su autogestión con metas y planes de

trabajo sobre las mejoras identificadas. Asimismo, la información que se obtiene es verificada por un tercero con el fin de que sea transparente. A partir de este proceso, se generan planes de acción que fomentan el desarrollo de los proveedores, la sostenibilidad y la ética.

Al día de hoy se han realizado mil 57 evaluaciones a proveedores en temas de derechos humanos, medio ambiente y prácticas laborales, 562 bajo los principios de Coca-Cola FEMSA desde 2014 y 495 en colaboración con *The Coca-Cola Company* desde 2013.

PROVEEDORES

EVALUADOS BAJO LOS PRINCIPIOS RECTORES DE THE COCA-COLA COMPANY POR CATEGORÍA DESDE 2013



31%
Empaque de PET

26%
Ingredientes

23%
Tapas, etiquetas y empaque terciario

16%
Empaque de vidrio, lata y otros

4%
Equipo de consumo inmediato

PROVEEDORES EVALUADOS BAJO LOS PRINCIPIOS RECTORES DE THE COCA-COLA COMPANY				
PAÍS	2013	2014	2015	2016
Argentina	12	9	5	11
Brasil	46	61	54	47
Colombia	2	21	8	7
Costa Rica	2	4	2	3
Guatemala	8	5	3	5
México	46	33	33	52
Nicaragua	1	1	0	1
Panamá	0	2	1	0
Venezuela	5	4	1	0
Total	122	140	107	126

PROVEEDORES EVALUADOS BAJO LOS PRINCIPIOS GUÍA PARA PROVEEDORES FEMSA			
	2014	2015	2016
México	30	100	198
Costa Rica	-	30	120
Nicaragua	-	-	84
Total	30	130	402

Con base a los resultados de las 528 evaluaciones a proveedores se encontraron áreas de oportunidad en temas de sostenibilidad, tanto sociales como ambientales, incluyendo prácticas en medio ambiente, derechos laborales, derechos humanos y comunidad. Además, el total de los proveedores nuevos en México, Costa Rica y Nicaragua han sido evaluados en estos aspectos y continuamos trabajando para en generar planes de acción para la mejora de éstas áreas. Todos ellos cumplen con nuestras políticas de Abastecimiento Sostenible. Al ser Coca-Cola FEMSA parte del Sistema Coca-Cola, cumplimos con todos los requerimientos para proveedores estratégicos de *The Coca-Cola Company*, incluyendo los compromisos y membresías que ha adquirido al formar parte del *Global Food Safety Initiative* y la *Roundtable on Responsible Palm Oil*.

DESARROLLO DE CAPACIDADES DE NEGOCIO

Con el fin de generar capacidades de negocio en nuestros proveedores, facilitamos el acceso a iniciativas de capacitación y crecimiento en temas como finanzas, mercadotecnia y recursos humanos, entre otros, apoyándolos a crecer y fortalecer sus habilidades de negocio, mejorar su empresa, y desarrollar productos de alta calidad alineados a nuestros valores y principios.

Como parte de una iniciativa con el Centro Mexicano de Competitividad, llevamos a cabo un programa de Desarrollo de Proveedores Locales en el que se

evaluaron 61 PyMEs con la finalidad de apoyarlas para que mejoren su desempeño en temas de negocio y sostenibilidad. Además, dentro del Foro de Cooperación Económica de Asia Pacífico (APEC, *Asia Pacific Economic Cooperation*) en el que participamos junto con otros miembros del Consejo Coordinador Empresarial, presentamos la iniciativa de proveedores sostenibles como parte de un proyecto en asuntos de ética y valores para que estas empresas puedan formar parte de Coca-Cola FEMSA.

Algunos casos de éxito son las microempresas Novaideas, de artículos de mercadeo, que aumentó 26% sus ventas, al igual que Uafir y Ajjitec, de equipos de agitación, quienes lograron reducir su inventario y gastos de operación.

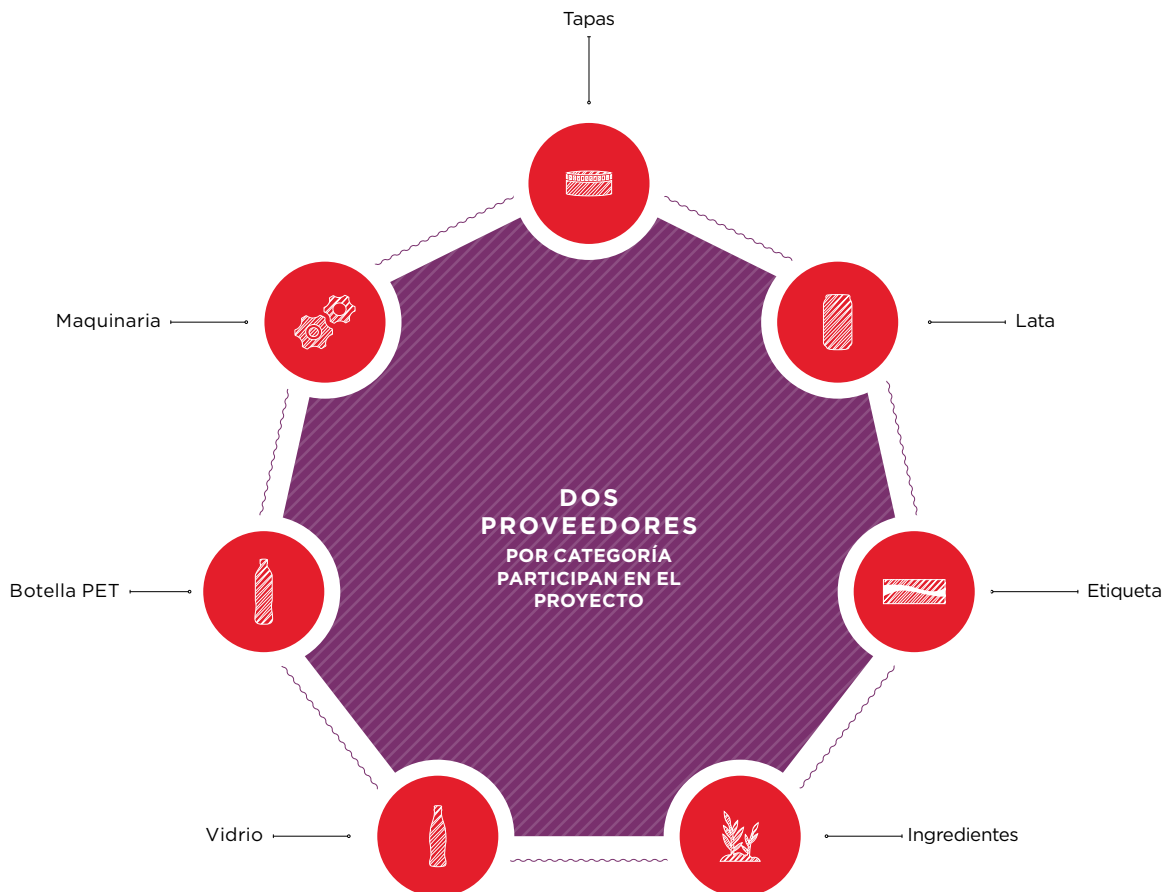


SINERGIAS CON PROVEEDORES ESTRATÉGICOS

Para generar proyectos de alto impacto y desarrollar las mejores prácticas de valor para el negocio, llevamos a cabo un proceso mensual de evaluación de proveedores. Una vez generados los planes de acción, los proveedores los ejecutan, y en Coca-Cola FEMSA les damos seguimiento y apoyo. Buscamos generar sinergias de alto impacto con los proveedores estratégicos más relevantes que tenemos, como con el proyecto **Premium Suppliers**, elaborado por nuestra área de Empacotecnia, que ha tenido logros a través de cinco pasos:



Al trabajar con proveedores de servicios, materiales y directos, en los últimos cinco años hemos desarrollado proyectos en Argentina, Brasil, Colombia y Venezuela. En la evaluación consideramos criterios de sostenibilidad, calidad, logística, flexibilidad, innovación y transparencia, entre otros.





NUESTRO PLANETA



AGUA

GESTIONAMOS ESTE RECURSO PARA ASEGURAR SU MÁXIMO APROVECHAMIENTO EN NUESTRAS OPERACIONES Y FACILITAR SU ACCESO EN LAS COMUNIDADES, ADÉMÁS DE IMPLEMENTAR PROYECTOS PARA EL REABASTECIMIENTO Y CONSERVACIÓN DE FUENTES DE AGUA EN AMÉRICA LATINA.



RESIDUOS Y RECICLAJE

INNOVAMOS EN NUESTROS EMPAQUES, HACIÉNDOLOS MÁS LIGEROS Y AMIGABLES CON EL MEDIO AMBIENTE, FOMENTAMOS EL RECICLAJE Y CUIDAMOS QUE LOS RESIDUOS OPERATIVOS SE GESTIONEN DE FORMA ADECUADA.



ENERGÍA

BUSCAMOS LA EFICIENCIA ENERGÉTICA A LO LARGO DE NUESTRA CADENA DE VALOR, INTEGRANDO ENERGÍAS RENOVABLES Y TECNOLOGÍAS PARA REDUCIR LAS EMISIONES DE CARBONO, CONTRIBUYENDO ASÍ A LA MITIGACIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO.

NUESTRAS ACCIONES AMBIENTALES TIENEN UN IMPACTO QUE TRANSCIENDE

Evolucionamos constantemente para hacer nuestros procesos más eficientes integrando proyectos e ideas innovadoras, trabajando en tres áreas de acción con las que buscamos contribuir de forma positiva al cuidado del medio ambiente.



19.8%

del PET en nuestros
empaques es de
fuentes reciclables
o renovables

100%

del agua utilizada en Brasil y
México se regresa al medio
ambiente

46%

de la energía en México y

74%

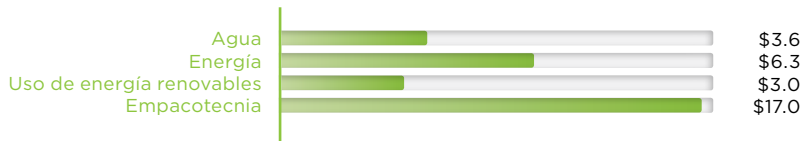
en Brasil proviene de
fuentes limpias





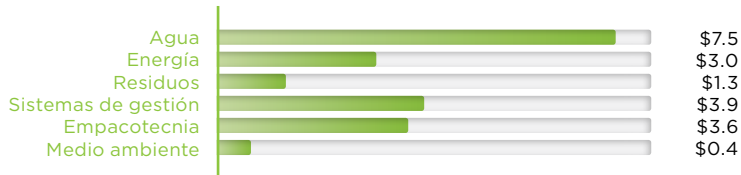
AHORROS EN EFICIENCIA

MILLONES DE DÓLARES



INVERSIONES

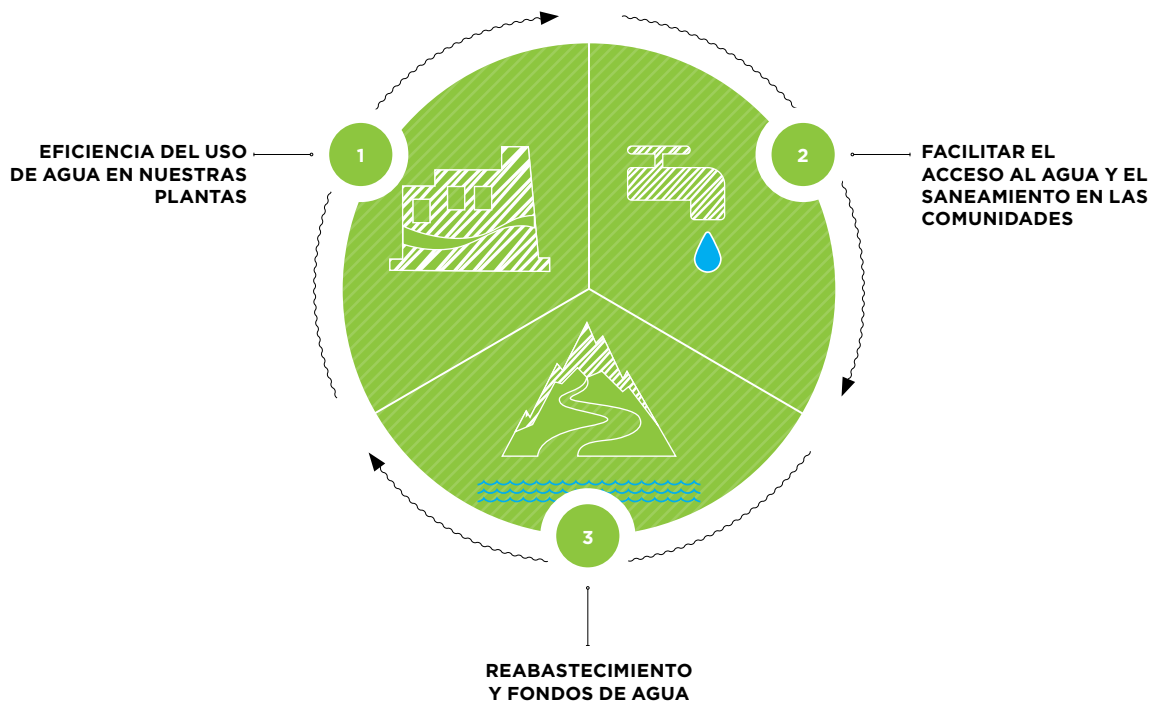
MILLONES DE DÓLARES



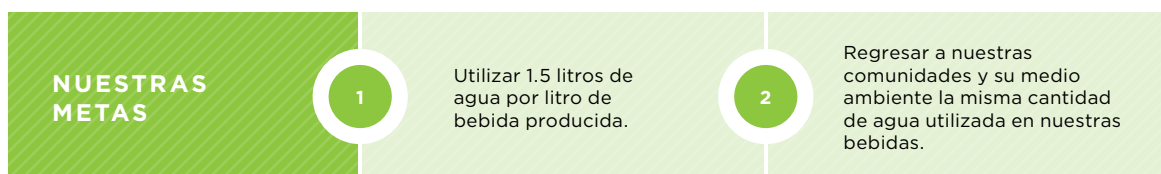
01. AGUA

El agua es el principal insumo para elaborar las bebidas que satisfacen la necesidad de hidratación de nuestros consumidores, por ello generamos grandes compromisos para conservar este recurso y asegurarnos de usarlo eficientemente.

Hemos establecido una estrategia integral en donde, además de contemplar aspectos internos, realizamos acciones en favor de la preservación del agua en nuestra región. **Ésta considera principalmente tres aspectos:**



El compromiso establecido para 2020 es optimizar el uso de agua, para lo que hemos definido metas que nos ayudan a alcanzar nuestro objetivo:



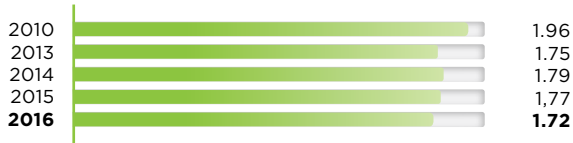
Este año nos sumamos a la iniciativa de *Business Alliance for Water & Climate Change* (BAfW) de las Naciones Unidas que, además de reafirmar nuestra gestión en los temas de agua y cambio climático, nos proporciona una plataforma para comunicar los proyectos que emprendemos en este tema y para llevar a cabo sinergias con diferentes grupos de interés.

EFICIENCIA

Una de nuestras metas al 2020 es aumentar la eficiencia en el uso de agua hasta alcanzar 1.5 litros de agua por litro de bebida producida; durante 2016 logramos que este indicador llegara a 1.72 litros, lo cual representa un aumento de eficiencia en 12% con respecto a 2010, año base de nuestra medición.

EFICIENCIA EN USO DE AGUA

LITROS DE AGUA POR LITRO DE BEBIDA PRODUCIDA



En 2016 generamos ahorros por **USD \$3.6 millones** en iniciativas y proyectos de eficiencia en agua.

CONSUMO DE AGUA

USO DE AGUA | BEBIDA PRODUCIDA¹ (MILES DE MILLONES DE LITROS)



¹ Los datos incluyen todas las plantas de Coca-Cola FEMSA al cierre de 2016.

De 2010 a 2016, incrementamos nuestro volumen de producción en 5%, disminuimos el consumo absoluto de agua en 8%, equivalente a ahorrar más de 3 mil millones de litros.

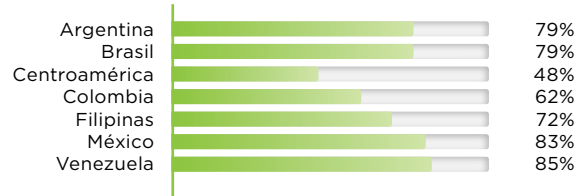
Toda el agua de nuestras descargas se manda a Plantas de Tratamiento de Agua Residual (PTAR) con condiciones de calidad que permiten la vida acuática.



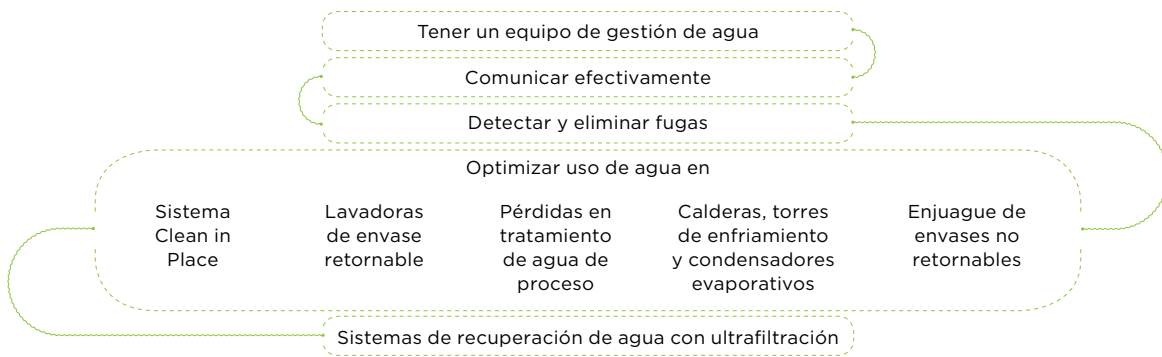
Estamos alcanzando el reto que nos planteamos en el tema de agua apoyados por nuestro programa **TOP 10 Water Saving Initiatives**, con el cual se promueve la eficiencia en su consumo en todas las plantas de Coca-Cola FEMSA. Para cumplirlo registramos los siguientes avances por país considerando 10 acciones clave:

AVANCE DE IMPLEMENTACIÓN

POR PAÍS



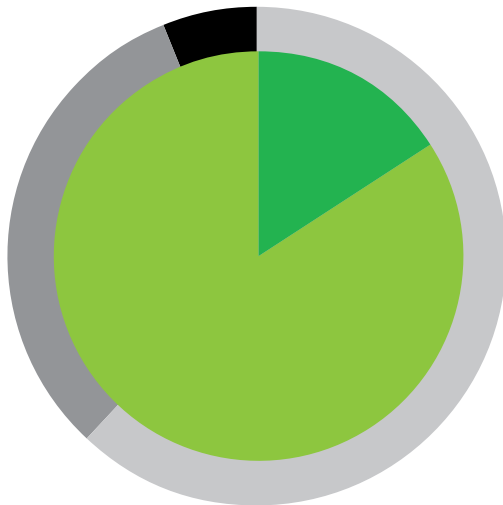
TOP 10 WATER SAVING INITIATIVES



AGUA

EXTRACCIÓN POR FUENTES

DISPOSICIÓN DE AGUA RESIDUAL



68%
Subterránea

27%
Municipal

5%
Superficial y lluvia

84%
PTAR Propia

16%
PTAR Local

Contamos con plantas de tratamiento de aguas residuales (PTAR) en todos nuestros centros de manufactura.

También implementamos el programa **MES**, un Sistema Homologado de Monitoreo Holístico de los procesos que favorece la toma de decisiones en tiempo real para lograr, entre otras cosas, la reducción de variabilidad, las mermas, mejorar el rendimiento de agua y la calidad. A través de diversas herramientas de predicción, planeación

centralizada y estandarización buscamos hacer más eficientes e integrales las actividades de **mantenimiento** de las plantas de producción. Esto nos ayuda principalmente a predecir y prevenir fallas, aumentar la confiabilidad de los equipos, analizar la información reducir costos y mejorar en general el mantenimiento.

FACILITAR ACCESO A AGUA POTABLE


Realizamos proyectos en conjunto con **Fundación FEMSA** para capitalizar esfuerzos en favor del agua mediante iniciativas de Agua y Saneamiento, así como de Conservación de Cuencas.

En **Agua y Saneamiento** trabajamos de la mano de las comunidades para crear conciencia sobre la importancia de este recurso, fomentando de manera prioritaria el desarrollo de las comunidades a través del mejoramiento de calidad de vida con agua segura, saneamiento mejorado y educación en higiene. Si bien, al inicio de cada proyecto hay una importante intervención de la Fundación, todas estas iniciativas cuentan con los componentes necesarios para lograr que la comunidad las adopte de forma sostenible y perduren en el largo plazo.

COLOMBIA



Agua para la Educación es un proyecto realizado en conjunto con Fundación EPM que promueve la salud y calidad de vida para familias que viven en condiciones de extrema pobreza y que no cuentan con acceso a agua. En 2016 construimos siete sistemas de potabilización y trabajamos con la población en jornadas educativas, capacitación y apoyo técnico.

 FUNDACIÓN FEMSA




Con el programa **Ven por Agua** intervenimos en situaciones de falta de agua ocasionadas por emergencias en desastres naturales mediante una Planta Potabilizadora Móvil que tiene la capacidad de producir tres mil litros por hora utilizando agua superficial de ríos, lagos o pozos con una turbiedad máxima de 20 NTU. El agua que resulta es apta para consumo humano, libre de contaminación física y bacteriológica. Debido a la situación de sequía en Nueva Granada, se instaló un campamento para llevar agua a la comunidad en donde se construyó un tanque de almacenamiento de 15 mil litros que se llevan con pipas y se potabiliza con la planta; también se instaló un contenedor para almacenar el agua potabilizada de 10 mil litros. En total se entregaron un millón 409 mil 200 litros en esta localidad. Intervenimos también en Jama, Ecuador, en respuesta a la situación de emergencia que vivió la región por un terremoto. En esta población entregamos 607 mil 305 litros de agua.

 FUNDACIÓN FEMSA

COSTA RICA, MÉXICO, NICARAGUA Y PANAMÁ



La iniciativa **Limpieza de Cuerpos de Agua**, en alianza con *Ocean Conservancy*, contó con la participación de cerca de 6 mil 900 colaboradores, familiares y amigos que se unieron a la Jornada Anual de Limpieza de Costas, recuperando más de 70 toneladas de basura en 39 cuerpos de agua.

 FUNDACIÓN FEMSA

NICARAGUA

Con **Agua en Nuevos Horizontes** trabajamos por mejorar la salud integral de las familias en la comunidad rural de Nuevos Horizontes, Tipitapa y Nicaragua asegurando la disponibilidad y gestión sostenible del agua en donde se instalaron sistemas de acceso a agua en 50 domicilios, además de tomas de agua en puestos públicos para dar acceso a 35 familias que no fueron cubiertas en esta primera intervención. Asimismo, se realizaron capacitaciones en higiene, uso y cuidado de agua beneficiando en total a 275 personas.

 FUNDACIÓN FEMSA

COLOMBIA, GUATEMALA, HONDURAS, MÉXICO Y NICARAGUA

Se instalaron 32 **Cosechadores de Agua** de lluvia con filtros de 2 mil 800 litros de capa. El programa **Lazos de Agua** en tres años impactó a más de 110 mil personas de 196 comunidades rurales mejorando su calidad de vida mediante el acceso sostenible a fuentes de agua segura e infraestructura de saneamiento mejoradas. Desde entonces se han promovido de higiene en las familias para garantizar un impacto en la salud de los habitantes. El programa tuvo una inversión total de más de USD \$13.2 millones aportados por *The Coca Cola Company*, *Millenium Water Alliance* y Fundación FEMSA y fue implementado por seis socios: *Living Water International* y *World Vision* (México); CARE (Guatemala); *Water for People* (Honduras); *WaterAid* (Nicaragua); y Aguayuda (Colombia).

 SISTEMA COCA-COLA

ARGENTINA

En **Rancho Grande** se construyó un mini-acueducto por gravedad con un sistema de cloración y 90 inodoros, totalizando 13 mil 679 metros de red de distribución.

GUATEMALA

Se instalaron 32 **Cosechadores de Agua** de lluvia con filtros de 2 mil 800 litros de capacidad.

REABASTECIMIENTO DE AGUA

Tenemos el compromiso de reintegrar el agua que utilizamos en nuestros procesos a través del reabastecimiento y conservación de cuencas, a fin de garantizar un equilibrio hídrico en las comunidades con las que interactuamos. Por ello, fijamos para 2020 la meta de **regresar al medio ambiente y a nuestras comunidades la misma cantidad de agua utilizada para la producción de nuestras bebidas.**

Los Fondos de Agua son mecanismos de impacto colectivo que permiten conjuntar y dirigir recursos hacia acciones de conservación de largo plazo. Desarrollan modelos de gobernanza, reuniendo a actores clave en la gestión del agua.

Trabajamos en favor del fortalecimiento de Fondos de Agua y la conservación de cuencas mediante proyectos sostenibles en alianza con diferentes grupos de interés debido al gran alcance, importancia y complejidad que implica atender la problemática del agua. Un ejemplo es la **Alianza Latinoamericana de Fondos de Agua** conformada por *The Nature Conservancy*, Fundación FEMSA, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Fondo para el Medio Ambiente Mundial, con la que en conjunto buscamos la seguridad hídrica de la región, garantizando el acceso sostenible a una cantidad y calidad aceptable de agua para sostener el estilo de vida humano, así como el desarrollo socioeconómico.

Gracias a la primera fase de esta alianza 195 mil 937 hectáreas fueron intervenidas con restauración de infraestructura con las acciones de conservación; alrededor de 10 mil familias se beneficiaron en las cercanías de las cuencas con la creación de empleos y con desarrollo de habilidades.

Hasta la fecha, la alianza ha trabajado con 21 fondos de agua, de los cuales 14 serán coordinados con Coca-Cola FEMSA. Seis se encuentran en Brasil, cuatro en Colombia, uno en México y uno en Costa Rica.

En Colombia, a través de los fondos de agua y en conjunto con Coca-Cola FEMSA y *The Coca Cola Company* surgió el programa **Agua por el Futuro**. Al cierre de 2015 se había logrado

intervenir mil 421 hectáreas e infiltrar 4.7 millones de metros cúbicos de agua. También en este país, desde 2013 hemos trabajado en Bogotá con **Agua Somos** y en Medellín con **Cuenca Verde** con actividades de reforestación y restauración de ecosistemas, conservación de páramos y bosques, ganadería sostenible y recuperación de humedales.

En Costa Rica, **Agua Tica**, el primer fondo en este país, ha contribuido a mejorar la seguridad hídrica del Gran Área Metropolitana, El agua es uno de los cinco ejes prioritarios en la estrategia **CDMX Resiliente: Transformación Adaptativa, Inclusiva y Equitativa**, lanzada por el Gobierno de la Ciudad de México. El 6 de septiembre de 2016, representantes de la Alianza Latinoamericana de Fondos de Agua firmaron un acuerdo de cooperación para apoyar la estrategia a través de una iniciativa apoyada por Citibanamex, Coca-Cola FEMSA, Fundación FEMSA, Fundación Río Arronte, Grupo Modelo, HSBC, Mexichem y *The Nature Conservancy* que impulsará acciones para ayudar a la ciudad a lograr sus objetivos de resiliencia hídrica, fomentando la colaboración multisectorial. A través de CDMX Resiliente, que cuenta con el apoyo de la Fundación Rockefeller, se implementarán soluciones integrales para enfrentar los desafíos generados por la globalización, la urbanización y el cambio climático, así como sus impactos a nivel social y económico.

RESULTADOS DE PROYECTOS DE REABASTECIMIENTO DEL 2013 AL 2015					
PAÍS	COLOMBIA	PANAMÁ	COSTA RICA	GUATEMALA	TOTAL
Hectáreas intervenidas	1,421	384	582	513	4,512
Miles de metros cúbicos infiltrados	1,550	349	603	674	4,702



CUENTO PEDRO VIVES UNA HISTORIA POR CARLOS VIVES

En 2016 se llevó a cabo en Colombia la **3ª Bienal de Fondos de Agua**, que contó con la presencia de los directivos que conforman la Alianza Latinoamericana de Fondos de Agua, el presidente de Colombia Juan Manuel Santos Calderón y el cantautor Carlos Vives, invitados como testigos de honor. En este evento se firmó un compromiso para una segunda etapa de la Alianza a fin de escalar el impacto hacia acciones de infraestructura verde.

En el foro, Carlos Vives nos compartió un cuento que le escribió a su hijo sobre la vida del agua:

Un día, vi llorar a mi hijo porque el Río Magdalena estaba en peligro. Mi señora, Claudia, lo grabó espontáneamente y lo subió a las redes. Recuerdo que usted, señor presidente, pudo verlo e incluso lo retuiteó [sic], poniendo a mi hijo como ejemplo de conciencia ambiental frente al país. De ahí en adelante, vinieron un sinnúmero de preguntas de Pedro sobre la vida de agua. Por lo que decidí escribir esta historia para leerse antes de dormir.

La historia comienza así... *El viento movió la nube hacia lo más alto de la montaña y la acercó al páramo. Allí estaban los frailejones y el bosque de encenillos. Ellos extendieron sus manos, extendieron sus lenguas y todos sus cuerpos para tocar el aire y absorber, como esponjas, el agua. Condensaron. ¿Ustedes saben lo difícil que es condensar? Luego, el agua, que había estado desbaratada en las nubes, comenzaba a armarse gota a gota en las manos de los indios tayronas que la esperaban pacientemente para depositarla en el musgo que hizo su trabajo y dejó deslizar el líquido precioso. Lo que había sido aire se hizo pequeño fillo y cruzó el bosque andino cantando alegremente un bambuco y hasta un torbellino dejó al pasar. Así, creciendo más y más, llegó al bosque húmedo tropical y, con lo justo, hizo florecer la huerta de Marcelino, un campesino de la región, siguiendo alegre su rumbo hacia la sabana. Cantó un Vallenato libre, al mismo tiempo que crecía en volumen y tamaño. Los animales se acercaban y ella generosa se*

daba, con frescura y alegría, calmando la sed de todos los que en paz venían a buscarla. Se hacía grande y espumosa, a medida que avanzaba. Sentía crecer su emoción ante la cercanía de una inmensidad que la esperaba y esa era su felicidad: Correr, dando forma a la tierra, alegrando a los niños a su paso, que saltaban de piedra en piedra, pescadores en las orillas y un profundo deseo de llegar al mar, como el de todos, para luego volver a ser nube y jugar con el viento en las puntas de las montañas.

Un día, el agua bajó por los frailejones, acarició los líquenes y jugueteó esponjosamente en el musgo pero cuando quiso salir, ya no encontró a sus amigos tayronas que la protegían. Al llegar al bosque de niebla, una sombra se atravesó en su camino. Una sombra bípeda, una sombra alargada, una sombra que tenía manos capaces de atrapar. Esa sombra la secuestró. Asustada, el agua trató de huir. Y aunque perdió parte de ella, logró escapar. Pero no llegó muy lejos. Al entrar al bosque se dio cuenta de que ya no estaba Marcelino, su amigo. El bosque había sido talado y su camino erosionado. Se deslizó bruscamente entre las rocas, tratando de huir, pero se desmoronó con la tierra y causó daños. Llena de miedo y sin la fuerza de antes llegó a la sabana. En vez de crear fue destruida, dragaron su cauce y fue contaminada con líquidos de colores ajenos. Y, entonces, se dio cuenta que ya no era la misma. Con todo y eso mantuvo sus ganas de vivir y de volver a encontrarse con el mar. Sintió su presencia cercana y eso la animó pero al cruzar el pueblo de las sombras alargadas, recibió tal cantidad de bolsas plásticas repletas de basura que se sintió exhausta. Ya no tenía la fuerza para llegar a su anhelado encuentro y se quedó allí, mirándolo, sintiendo que moría lentamente.

Terminada la historia, Pedro me miró y vi en sus ojos el brillo inconfundible de la esperanza de una edad que debería durar para siempre, dispuesta a la ternura con la tierra, con los ríos, con la gente, con su país.

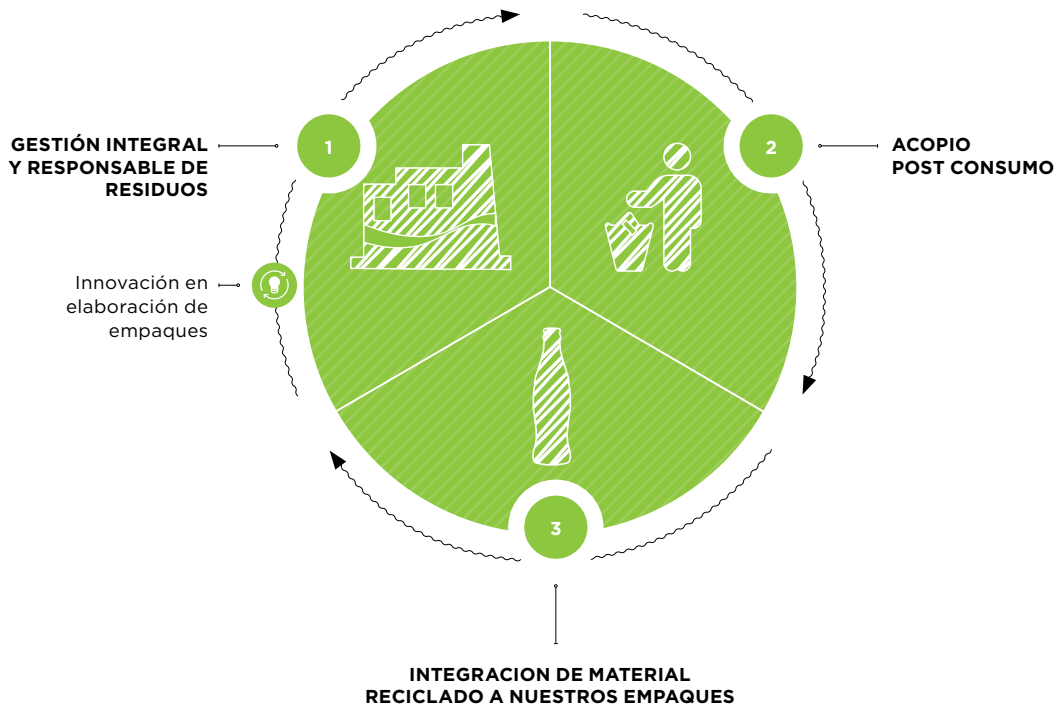
¿Será posible que podamos devolverle al agua su camino?



02. RESIDUOS Y RECICLAJE

En Coca-Cola FEMSA nos esforzamos por mitigar los impactos ambientales en todos nuestros procesos operativos, de esta forma ayudamos a la preservación de los recursos naturales y a la disminución de emisiones.

Incentivamos una cultura de gestión adecuada de residuos que incluye todas nuestras operaciones y cadena de valor en donde las prioridades son:



Nuestro compromiso al 2020 en residuos se centra en el reciclaje, la reducción de materiales utilizados y la integración de material reciclado en los empaques.

NUESTRAS METAS

1

Reciclar al menos el 90% de los residuos que generamos en cada una de nuestras plantas embotelladoras.

2

Integrar 25% de material reciclado o renovable en nuestros empaques de PET.

RESIDUOS OPERATIVOS

A 2016, un total de 16 plantas forman parte de la iniciativa **Cero Residuos**, la cual establece acciones para mejorar la gestión de los residuos, su disposición y valorización, logrando incrementar la eficiencia en los residuos por bebida producida.

Generamos 174 millones de toneladas de residuos en el mismo periodo, de las cuales reciclamos 162 millones, equivalente al 93% de todos nuestros desechos. Para 2020 buscaremos reciclar al menos el 90% de los residuos en cada una de nuestras plantas embotelladoras. Al cierre de 2016 contamos con 81% de nuestras plantas que ya cumplen con esta característica.

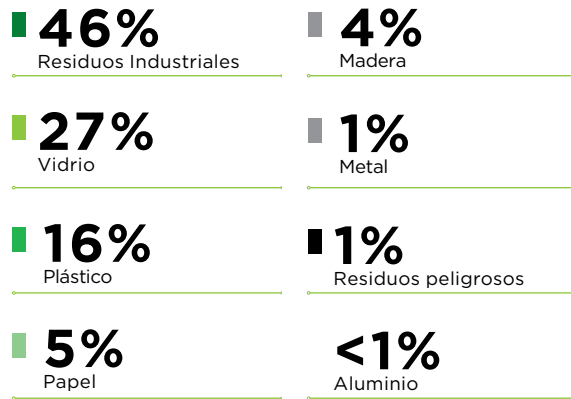
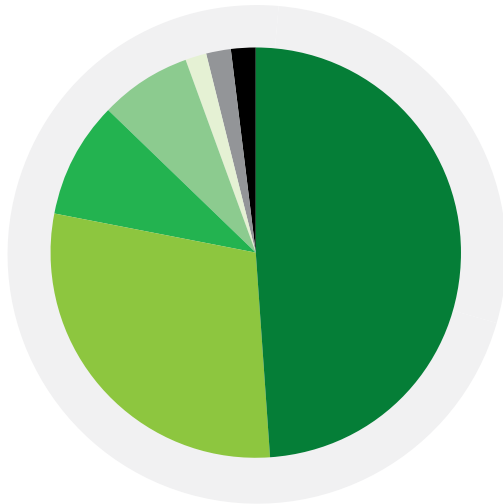
EFICIENCIA EN RESIDUOS

GRAMOS DE RESIDUOS POR LITRO DE BEBIDA PRODUCIDA



RESIDUOS GENERADOS POR TIPO

PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL



La administración correcta de nuestros recursos es una prioridad clave, entendemos su valor y trabajamos arduamente para cuidarlos a través de todas nuestras operaciones. Gracias a estos esfuerzos, en 2016 se reconoció el cumplimiento satisfactorio en 44 centros de distribución en estados de la República Mexicana como: Guerrero, Michoacán, Tamaulipas, Querétaro, Veracruz, Oaxaca, Chiapas, Ciudad de México y Estado de México, por lo que obtuvimos certificaciones en calidad ambiental ante la Procuraduría Federal de Protección al Medio Ambiente (PROFEPA), la Procuraduría de Protección al Ambiente del Estado de México (PROPAEM) y la Secretaría del Medio Ambiente de la Ciudad de México (SEDEMA).

El 97% de nuestras plantas cuenta con la certificación ISO 14001 y 100% de nuestras plantas en México poseen la certificación **Industria Limpia** que otorga la PROFEPA. Estos reconocimientos se suman a los ya obtenidos con anterioridad en el 100% de nuestras plantas productivas, reafirmando así el compromiso de la empresa con la sostenibilidad del medio ambiente.

De esta manera trabajamos para que los procesos que llevamos a cabo se apeguen a los más altos estándares internacionales y nacionales, así como a la normatividad vigente, evitando sanciones o multas referentes a temas ambientales, al mismo tiempo que reafirmamos nuestro compromiso con la eficiencia en los procesos de distribución, desempeño ambiental y competitividad.

RECICLAJE DE RESIDUOS

PORCENTAJE DE RESIDUOS RECICLADOS DEL TOTAL DE RESIDUOS GENERADOS



El cambio en el porcentaje de reducción de residuos contra el año pasado se debe a una homologación del método de cálculo en nuestras operaciones.

INNOVACIÓN EN LA ELABORACIÓN DE EMPAQUES

En Coca-Cola FEMSA constantemente innovamos en nuestros empaques, garantizando que sean de la mejor calidad y que respeten al medio ambiente gracias a sus componentes más ligeros y a que poseen un mayor número de materiales reciclados, responsabilidad que no solo transmitimos sino que compartimos con nuestra cadena de valor para sumar esfuerzos en favor del planeta.



Para el año 2020 nos hemos propuesto la meta de integrar 25% del material utilizado en nuestros empaques de PET con componentes reciclados o renovables.



Durante 2016 superamos la meta a nivel global con un avance de 19.8%, llegando incluso a excelentes resultados en México, Centroamérica y Colombia con avances del 29.8%, 25% y 25% respectivamente, que se tradujo en ahorros por más de USD \$17 millones.

Un esfuerzo similar lo trasladamos a los empaques de vidrio y aluminio, en los que en 2016 utilizamos hasta un 90% de material reciclado de vidrio y 70% en latas.

El desarrollo de los empaques requiere de un gran **trabajo de investigación** que es desempeñado a través del Centro de Excelencia de Manufactura, donde se encuentra el área de Empacotecnia, en la cual hemos fortalecido capacidades con el fin de mejorar el desempeño ambiental de nuestros múltiples empaques, al mismo tiempo que se generan ahorros económicos. Para cumplir con estos objetivos llevamos a cabo diversas capacitaciones y certificaciones en algunas plantas.

Creamos diseños innovadores de empaques que permiten **utilizar menos materiales** por unidad producida. En México, se generaron

ahorros superiores a USD \$3.6 millones y se evitó el uso de 2 mil 412 toneladas de PET durante 2016. Logramos reducir la cantidad de PET de nuestra botella de Coca-Cola de 600 mililitros en 13%, la de 1.25 litros en 22% y la de 2 litros en 9%. Además, desarrollamos un innovador garrafón de 20 litros de PET, el cual se lanzará al mercado a partir del 2017. También mejoramos los empaques de Coca-Cola, bebidas de sabores y agua en México y Filipinas.

Otro ejemplo de estas acciones son los **separadores para pallets**, en los que integramos un nuevo material hecho con fibra de madera que nos ha permitido aumentar el reúso en 65% contra años anteriores y preservar 27 mil 065 árboles.

Modificamos la caja plástica que sirve para transportar los envases de PET Retornable, al igual que los de vidrio, al elaborarla con Polietileno de Alta Densidad (PEAD) grado alimenticio **proveniente del reciclaje de empaques lácteos**.

Las innovaciones implementadas en nuestros empaques nos han traído beneficios importantes, en 2015 logramos **ahorros globales** por USD \$7.4 millones, mientras que en 2016 fueron por USD \$17 millones.

Parte de estos ahorros provienen de algunas sinergias que realizamos con proveedores estratégicos como *Premium Suppliers* del área de Empacotecnia.

Si deseas conocer más información sobre el empaque de nuestros productos, consulta la sección de Abastecimiento Sostenible en la página 46.

ACOPIO POST CONSUMO

Convencidos que la suma de esfuerzos tiene un efecto multiplicador, llevamos a cabo iniciativas ambientales que benefician a nuestro planeta en conjunto con otros actores de la sociedad.

Como parte de nuestras acciones de reciclaje, involucramos a comunidades, autoridades

y organizaciones de las regiones en donde operamos en distintos programas que promueven la disposición y manejo adecuado de los residuos generados por el consumo de nuestros productos.

Algunos ejemplos de proyectos en donde involucramos a nuestros grupos de interés son:

COSTA RICA	MÉXICO
<p>Desde su creación en 2015, Misión Planeta ha logrado recuperar mil 912 toneladas de PET post consumo. En 2016 contó con la participación de más de 30 mil asistentes y con una inversión de USD \$666 mil.</p>	<p>En 2016, la iniciativa Yo Sí Reciclo contó con la participación de 388 mil niños y jóvenes de mil 137 escuelas, logrando recolectar cerca de 800 toneladas de PET con una inversión de USD \$174 mil, de esta manera propiciamos una cultura del reciclaje.</p>

Desde hace 15 años, en México la asociación civil ECOCE, en conjunto con otras empresas de bebidas y alimentos, promueve el acopio de residuos, la creación de un mercado nacional y de programas de reciclaje de nuestros empaques. A cierre de 2016, contamos con programas de acopio social e institucional, y el Eco-Reto Ciclo Escolar 2015-2016. En conjunto, se recolectaron cerca de 2 mil 260 toneladas de PET y 91 toneladas de polietileno de alta densidad, entre otros residuos.

Somos líderes en reciclaje de PET Botella a Botella en América Latina.

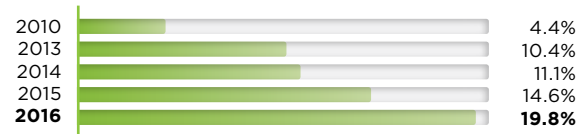
RECICLAJE

En México unimos esfuerzos para promover el reciclaje a través de la operación de la Planta de la Industria Mexicana de Reciclaje (IMER), primera en Latinoamérica en reciclar PET Grado Alimenticio que utilizamos en nuestros procesos, la cual procesó 13 mil 079 toneladas en 2016. También durante 2016 en Argentina, Brasil, Colombia, Centroamérica y México, 62 mil 659 toneladas de resina reciclada y de fuentes renovables fueron incorporadas en nuestros empaques. Gracias a estas acciones, desde 2010 hemos utilizado más de 150 mil toneladas de PET reciclado.

Estas acciones nos han permitido reducir considerablemente el material virgen utilizado en la fabricación de envases y el consumo de energía en la producción.

MATERIAL DE NUESTROS EMPAQUES DE PET

PORCENTAJE DE MATERIAL RENOVABLE O RECICLADO EN NUESTROS EMPAQUES DE PET





03. ENERGÍA

Nuestra convicción por la sostenibilidad nos impulsa a aprovechar eficientemente los recursos, así como a utilizar energías limpias a fin de contribuir a reducir nuestras emisiones al planeta.

Por ello, el consumo de energía de nuestra operación se centra en una estrategia integral que abarca toda la cadena de valor, con lo que buscamos contribuir a mitigar el cambio climático. Al respecto hemos definido metas para el 2020:

NUESTRAS METAS 2020

1

Reducir la huella de carbono de nuestra cadena de valor en 20% contra nuestra línea base 2010.

2

Proveer el 85% de la energía en manufactura en México con fuentes limpias.



Como parte de nuestro compromiso por ser una empresa cada vez más sostenible, evaluamos nuestro impacto a lo largo de la cadena de valor. Medimos las emisiones de gases de efecto invernadero que generamos en cada eslabón de la cadena: manufactura, distribución, refrigeración,

ingredientes y empaque, con el objetivo de reducirlas en los años venideros.

Debido a que se trata de una medición compleja, los siguientes datos corresponden al año 2015, en 2017 reportaremos los que se refieren a 2016.

EMISIONES TOTALES 2015



Para reducir nuestras emisiones de CO₂ hemos implementado distintas iniciativas y actividades que nos han traído grandes beneficios, al igual que ahorros. Con miras a mejorar la forma en la que reportamos este tipo de información, nos dimos a la tarea de medir el impacto que han tenido estas actividades desde 2011, calculando que **hemos evitado¹ la emisión de 520 mil 844 toneladas de CO₂(eq).**

EFICIENCIA EN EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO EN LA CADENA DE VALOR



¹ El cálculo considera las emisiones no emitidas de 2011 a 2015, tomando como año base 2010.

MANUFACTURA

Buscamos aprovechar el consumo energético a través de diferentes iniciativas con las que hemos logrado mejorar nuestra eficiencia en 19% con respecto a 2010, año base de nuestra medición.

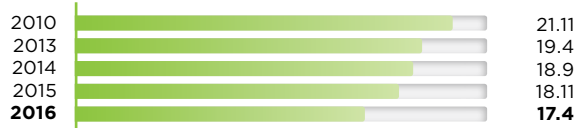
La eficiencia lograda en el consumo de energía eléctrica contribuye a la disminución de la emisión de los gases de efecto invernadero que generamos.

Durante 2016 en Brasil y México mejoramos nuestros indicadores de emisiones de gramos de CO_{2(eq)} por litro de bebida reduciéndolos a 8.29 y 11.49 respectivamente, un gran avance contra el resultado global de 17.4 gramos de gases de efecto invernadero por cada litro de bebida producida.

De 2010 a 2016 logramos una disminución de 28% en nuestras emisiones de CO_{2(eq)}.

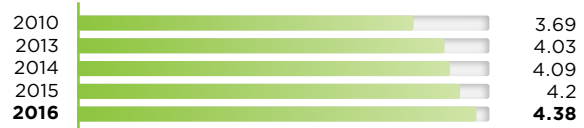
EFICIENCIA EN EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO EN MANUFACTURA

GRAMOS DE CO_{2(eq)} POR LITRO DE BEBIDA



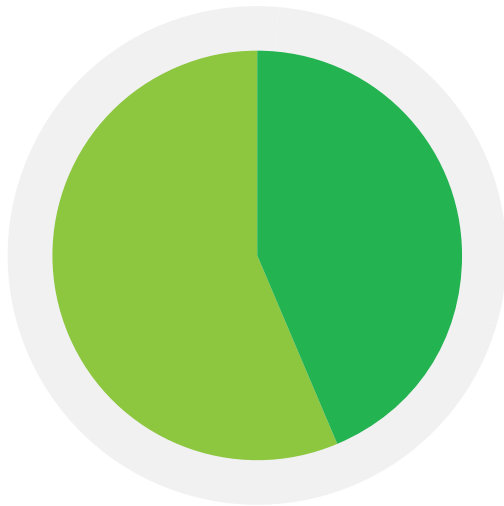
EFICIENCIA ENERGÉTICA

LITROS DE BEBIDA PRODUCIDA POR MEGA JOULE CONSUMIDO



EMISIONES EN MANUFACTURA

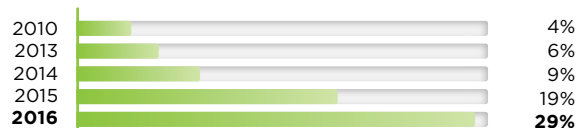
TONELADAS DE CO_{2(eq)}



159,759
Alcance 1

205,679
Alcance 2

PORCENTAJE DE ENERGÍA LIMPIA CONSUMIDA A NIVEL GLOBAL

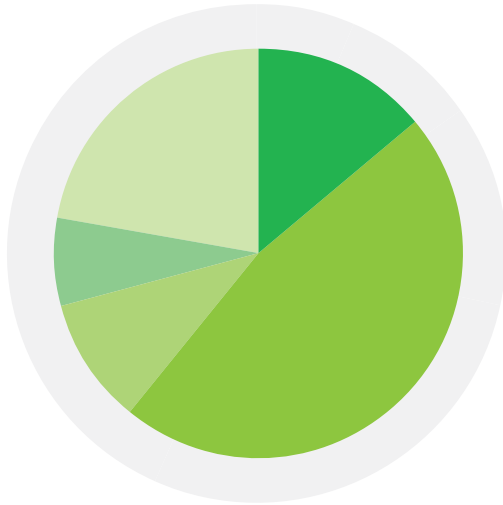


¹ Se considera el total de energía por fuentes limpias sobre el consumo total de energía eléctrica

Además, constantemente monitoreamos y medimos los consumos para lograr las metas ambientales que nos hemos propuesto al implementar diversas medidas de ahorro de energía.

ENERGÍA

CONSUMO POR FUENTES



47%
Electricidad

21%
Gas natural

14%
Diésel

8%
Combustóleo

10%
Gas LP

Algunas iniciativas que impulsamos durante 2016 para ser más eficientes en el consumo energético son:

PROGRAMA DE AHORRO DE ENERGÍA CON TECNOLOGÍA LED

Con el objetivo de reducir la huella de carbono y mejorar las condiciones de nuestra operación, así como la seguridad para los colaboradores en los Centros de Distribución en México, sustituimos las lámparas tradicionales por sistemas de tecnología LED. Este cambio permitió uniformar los niveles de iluminación de acuerdo a las necesidades de cada centro y realizar monitoreo en tiempo real. El programa continúa en implementación desde el 2015 llevándose a cabo hasta ahora en 12 CEDIS donde se ha disminuido en más del 31% el consumo energético de la red.

3D TRASSAR CIP

A través de la tecnología TRASSAR monitoreamos los procesos CIP (*Cleaning In Place*) en tiempo real para hacerlos más eficientes, reduciendo el consumo de energía eléctrica y térmica, así como el uso de detergentes y sanitizantes.

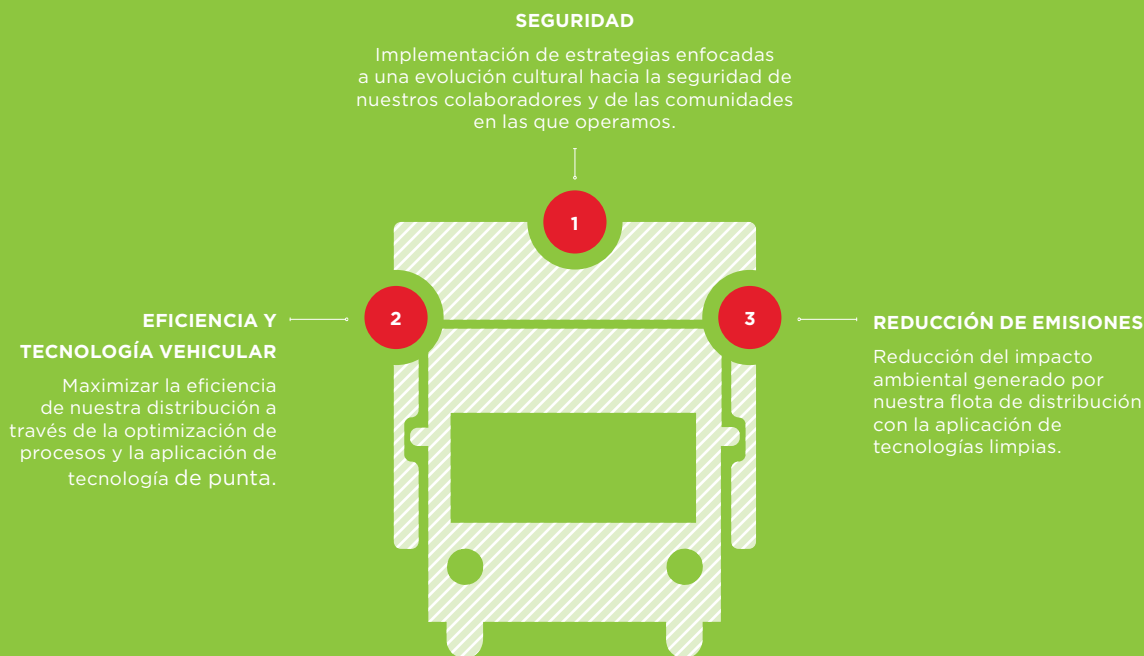


En 2016 consumimos 4 mil 862 millones de mega julios de energía en nuestros procesos. En Brasil 74% del consumo de energía proviene de fuentes limpias mientras que en México 46% del consumo proviene de PIASA Ingenio azucarero 3V, Toluca Iberdrola y principalmente del Parque Eólico Dominica II, que cuenta con una capacidad de producción de 100 MW. Estos proyectos han permitido generar ahorros por USD \$2.9 millones.

En Coca-Cola FEMSA, de la energía que utilizamos en total, 29% proviene de fuentes limpias.

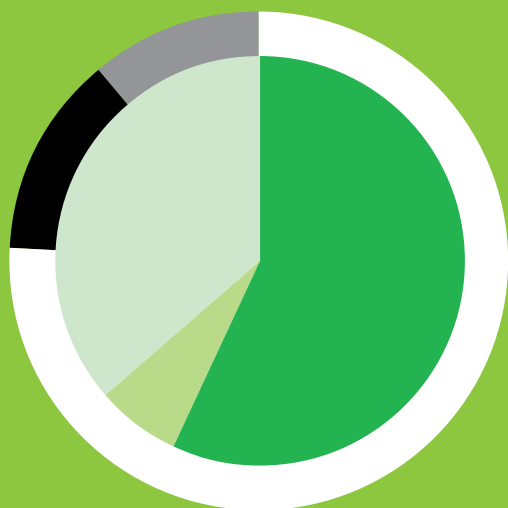
MOVILIDAD SOSTENIBLE

Mediante la estrategia de Movilidad Sostenible buscamos reducir los impactos del negocio en los procesos de distribución de nuestros productos y posicionarnos como empresa líder en Latinoamérica en el cuidado del medio ambiente y seguridad, a través de tres prioridades:



Nuestra flota cuenta con **más de 24 mil vehículos** que nos permiten entregar nuestras bebidas a millones de consumidores en 10 países.

CONSUMO DE COMBUSTIBLE Y FLOTA VEHICULAR



LITROS DE COMBUSTIBLE

76%

Diesel

13%

Gasolina

11%

Gas LP

FLOTA PROPIA

14,061

Distribución primaria y secundaria

8,950

Vehículos utilitarios

1,662

Montacargas

CON TODO ESTO ATENDEMOS
+12,600 RUTAS



Con diferentes iniciativas que estamos probando buscamos explorar, probar y definir tecnologías limpias, así como energías alternas que se podrían incorporar a nuestra flotilla.

SEGURIDAD

Por sexto año consecutivo, recibimos de parte de la Asociación Nacional de Transporte Privado (ANTP) el **Premio Nacional de Seguridad Vial** que evalúa a los operadores y empresas en donde se fomenta la convivencia familiar y se promueve la cultura de la prevención de accidentes.

Estos reconocimientos son el resultado del trabajo consistente que llevamos a cabo para optimizar la seguridad vial¹, y forman parte de la estructura organizacional con la que contamos realizar acciones de **capacitación constante** de operadores, análisis de riesgos, y mantenimiento preventivo y de calidad a todos los vehículos.

Con **FEMSA Logística**, nuestros operadores de distribución primaria son capacitados continuamente en manejo eco-eficiente y seguridad, junto con un programa de prevención de riesgos de transporte y evaluaciones de salud periódicas.

EFICIENCIA Y TECNOLOGÍA VEHICULAR

Instalamos 6 mil aparatos de **telemetría y GPS** con una inversión de USD \$907 mil para corregir hábitos de manejo, optimizar rutas, reducir las distancias recorridas y detectar fallas. Con esto estimamos utilizar 6% menos combustible y emitir 6% menos contaminantes, ahorrando USD \$1.9 millones al año. También impulsamos un programa piloto para la **conversión de flotilla a gas natural comprimido**, para que 55 vehículos en la Ciudad de México usen gas natural en lugar de gasolina, logrando reducir las emisiones de CO₂ en 30%, NO_x en 40%, CO y HC en 90%, PM en 99% y 100% en carbón negro y SO_x.

Con nuestro aliado estratégico para distribución primaria, FEMSA Logística, hemos trabajado

en **vehículos especializados** para cada región. Además de generar aumentos de eficiencia y productividad, se han podido reducir los consumos de combustible hasta en un 15% y las emisiones de gases de efecto invernadero en 93.5 toneladas anuales por cada unidad.

Realizamos proyectos iniciales con tecnología de **autos eléctricos** en la flota corporativa, eliminando 4.8 toneladas de CO₂ al año por vehículo, integrando 52 vehículos eléctricos de reparto cero emisiones en áreas limitadas para vehículos pesados.

REDUCCIÓN DE EMISIONES

Se llevaron a cabo pruebas piloto en 53 camiones de distribución secundaria para instalar **filtros de material particulado** con pruebas de emisiones incluidas. Este proyecto tuvo una inversión de USD \$650 mil y se está evaluando su viabilidad para implementarlo en el resto de la flota.

Otra acción realizada en 2016 fue el **reemplazo de más de mil 400 vehículos** por unidades que cumplen con mejores estándares de emisiones, mientras que más de mil 470 participaron en el **Programa de Autorregulación Ambiental** para vehículos de diésel promovido por el gobierno de la Ciudad de México que busca disminuir las emisiones contaminantes en el Valle de México mediante mantenimiento preventivo y mediciones semestrales.

También hemos sido reconocidos desde 2011 por la SEMARNAT y la SCT con el programa **Transporte Limpio**, que tiene como finalidad reducir el uso de combustible para disminuir las emisiones a la atmósfera.

¹ Para mayor detalle sobre nuestros programas de Seguridad, consultar la sección seguridad y Salud Ocupacional en la página 29.



REFRIGERACIÓN

Ofrecemos a nuestros consumidores opciones de hidratación que suelen disfrutarse más si están frescas, y otras, en algunos casos necesitan mantenerse refrigeradas para no perder sus propiedades y atributos. Sin embargo, sabemos que los refrigeradores producen impactos ambientales, por lo que cuidamos que estos equipos sean cada vez más eficientes y funcionen con energías limpias.

Al ser Imbera una empresa de FEMSA, trabajamos en conjunto para incorporar mejoras ambientales en la producción de nuestros equipos de refrigeración. En el primer semestre de 2016 el 70% de la producción de estos enfriadores fueron fabricados con gas refrigerante CO₂ y propano, lo que disminuye el impacto ambiental en relación a los equipos anteriores.

INGREDIENTES

Trabajamos con quienes nos proveen de ingredientes para elaborar nuestras bebidas, principalmente con las materias primas estratégicas, con las mejores prácticas de cuidado del medio ambiente en sus actividades.

EMPAQUE

Impulsamos la investigación para desarrollar empaques más ligeros que requieren de una menor cantidad de insumos para elaborarse, así como integrar componentes reciclados, lo que contribuye en gran medida a que se reduzcan las toneladas de PET utilizadas en

los empaques de nuestras bebidas, y como consecuencia a que también emitamos menos toneladas de gases de efecto invernadero a la atmósfera.

De esta manera reafirmamos el compromiso que tenemos con la preservación del medio ambiente y la mitigación del cambio climático.

Si deseas conocer más sobre las iniciativas que realizamos en este tema, consulta la sección Residuos y reciclaje que se encuentra en la página 60.

Como parte del compromiso de informar a nuestros grupos de interés sobre el desempeño ambiental de nuestras operaciones, reportamos las emisiones de gases de efecto invernadero al *Carbon Disclosure Project* (CDP) y al Programa Voluntario de Contabilidad y Gases de Efecto Invernadero de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) en México. También, desde 2016 impulsamos el combate al cambio climático con tres compromisos establecidos en la plataforma *We Mean Business*:



Participación corporativa responsable en políticas climáticas.



Reporte de información sobre el cambio climático en informes corporativos.



Compromiso con la implementación de una estrategia para lograr que la electricidad que consumimos provenga de fuentes de energía renovable.



TABLA INDICADORES AMBIENTALES							
ÁREA	INDICADOR	UNIDAD	2010	2013	2014	2015	2016
Dato base	Bebida producida	Miles de millones de litros	20	21.1	21	21.2	21
Agua	Consumo de agua	Miles de millones de litros	39.1	37	37.7	37.5	36
	Eficiencia en agua	Litros de agua por litro de bebida producida	1.96	1.75	1.79	1.77	1.72
Residuos y reciclaje	Consumo PET total	Miles de toneladas	222.7	292.2	288.6	338.3	315.6
	Consumo PET virgen	Miles de toneladas	213.1	261.9	256.6	288.9	253
	Consumo PET reciclado	Miles de toneladas	9.6	16.6	19.4	33.7	47.4
	Consumo BioPET	Miles de toneladas	0	13.7	12.5	15.8	15.1
	Material renovable y/o reciclado en PET	Porcentaje sobre el total	4.30%	10.40%	11.10%	14.60%	19.80%
	Residuos generados	Millones de toneladas	179	193	189	174	174
	Residuos reciclados	Millones de toneladas	153	175	177	164	163
	Residuos reciclados	Porcentaje sobre el total	86%	90%	93%	94%	93%
	Eficiencia en residuos	Gramos por litro de bebida producida	8.9	9.1	9	8.2	8.3
Energía	Consumo de energía total	Millones de mega julios	5,418	5,241	5,147	5,048	4,862
	Eficiencia energética	Litros de bebida producida por mega julio	3.69	4.03	4.09	4.2	4.38
	Consumo de energía limpia global	Porcentaje sobre el total de energía consumida	0%	6%	9%	19%	29%
	Consumo de energía renovable en México	Porcentaje sobre el total de energía consumida	0%	14%	26%	30%	46%
	Eficiencia en gases de efecto invernadero	Gramos de CO _{2(eq)} por litro de bebida en la cadena de valor	201.51	213.08	207.51	205.42	Se reportará en el siguiente informe
	Eficiencia en gases de efecto invernadero	Gramos de CO _{2(eq)} por litro de bebida en manufactura	21.11	19.4	18.9	18.11	17.4



GOBIERNO CORPORATIVO

Una de las bases que da solidez a Coca-Cola FEMSA y que ha marcado el éxito del negocio es nuestro Gobierno Corporativo, el cual respalda que todas nuestras acciones, decisiones y estrategia generen valor para todos nuestros grupos de interés.

Las prácticas que llevamos a cabo se apegan a la legislación, estándares y políticas aplicables en los países en donde tenemos presencia, así como en los mercados financieros en los que estamos enlistados: Ley de Mercados de Valores Mexicana (Bolsa Mexicana de Valores) y Ley Sarbanes-Oxley de los Estados Unidos de América (*New York Stock Exchange*).

La sostenibilidad es un tema estratégico para nuestra organización, es por ello que los aspectos económicos, sociales y ambientales son abordados en el Consejo de Administración a través de sus Comités, tomando en cuenta las consultas que realizamos con los grupos de interés.

En Coca-Cola FEMSA los directivos de las diferentes áreas se involucran en la ejecución de la Estrategia de Sostenibilidad para fortalecer nuestras acciones, además de la definición de nuestros objetivos, misión y visión en temas económicos, sociales y ambientales. La Dirección de Asuntos Corporativos es el área que dirige dicha estrategia y es la responsable de comunicar los temas relevantes a los Comités del Consejo de Administración y coordinar los diálogos con grupos de interés, así como de aprobar el Informe de Sostenibilidad.

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

El Consejo de Administración es el máximo órgano de gobierno de Coca-Cola FEMSA y está compuesto por 21 consejeros y 19 consejeros suplentes, quienes por su trayectoria y conocimiento son elegidos y confirmados por los accionistas para ejercer sus funciones en el Consejo. La asignación se realiza de la siguiente forma:

ACCIONISTAS SERIE A	ACCIONISTAS SERIE D	ACCIONISTAS SERIE L
Nombran a 13 consejeros y sus suplentes.	Nombran a cinco consejeros y sus suplentes.	Nombran a tres consejeros y sus suplentes.

En cumplimiento a nuestros estatutos, el Consejo sesiona por lo menos cuatro veces al año. La información generada en estas reuniones se comunica al equipo directivo para asegurar su alcance en toda la empresa.

Para mayor información sobre nuestro Gobierno Corporativo, consultar el Informe Anual Coca-Cola FEMSA 2016 y la Forma 20F disponible en: <https://www.coca-colafemsa.com/investors/bmv-sec-filings.html>



CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN COCA-COLA FEMSA

NOMBRE	CARGO	AÑOS COMO CONSEJERO	SUPLENTE
NOMBRADOS POR LOS ACCIONISTAS SERIE A			
José Antonio Fernández Carbajal ⁴	Presidente del Consejo de Administración de Coca-Cola FEMSA y Presidente Ejecutivo del Consejo de Administración, FEMSA	24	Bárbara Garza Lagüera Gonda
Carlos Salazar Lomelín	Director General, FEMSA	17	Max Michel González
Miguel Eduardo Padilla Silva ¹	Director Corporativo y Director de Finanzas y Administración, FEMSA	1	Paulina Garza Lagüera Gonda
Javier Gerardo Astaburuaga Sanjines	Vicepresidente de Desarrollo Corporativo, FEMSA	11	Francisco José Calderón Rojas
Federico Reyes García ¹	Consultor Independiente	25	Alejandro Bailleres Gual
John Anthony Santa Maria Otazua	Director General Ejecutivo, Coca-Cola FEMSA	3	Héctor Treviño Gutiérrez
Mariana Garza Lagüera Gonda	Inversionista Privado	8	Alfonso Garza Garza
Ricardo Guajardo Touché ¹	Presidente del Consejo de Administración, SOLFI, S.A.	24	Daniel Alberto Rodríguez Cofré
Alfonso González Migoya ^{*2}	Presidente del Consejo, Controladora Vuela Compañía de Aviación, S.A.B. de C.V. (Volaris)	11	Ernesto Cruz Velázquez de León ²
Enrique F. Senior Hernández ^{*1}	Director de Administración, Allen & Company, LLC	13	Herbert Allen III
Alfredo Livas Cantú ^{*3}	Presidente, Praxis Financiera, S.C.	3	Jaime El Koury
Daniel Servitje Montull ^{*3}	Director del Consejo y Director General, Grupo Bimbo	19	Sergio Deschamps Ebergenyi
José Luis Cutrale	Director General, Sucrocítrico Cutrale, Ltda.	13	José Luis Cutrale, Jr
NOMBRADOS POR LOS ACCIONISTAS SERIE D			
José Octavio Reyes Lagunes	Vicepresidente de <i>The Coca-Cola Company</i>	1	Robin Moore
Irial Finan ¹	Vicepresidente Ejecutivo y Presidente de Inversiones en Embotelladores y Cadena de Suministro, The Coca-Cola Company	13	Sunil Ghatnekar
Charles H. McTier ^{*2}	Administrador, Fundación Robert W. Woodruff	19	-
Kathy Waller	Vicepresidente Ejecutivo y Director Financiero, The Coca-Cola Company	2	Gloria Bowden
Eva María Garza Lagüera Gonda	Inversionista Privado	2	Luis Rubio Freidberg ³
NOMBRADOS POR LOS ACCIONISTAS SERIE L			
Robert A. Fleishman Cahn [*]	Director General, Grupo Tampico, S.A.P.I. de C.V.	5	Herman Harris Fleishman Cahn
José Manuel Canal Hernando ^{*2}	Consultor Privado	14	Luis A. Nicolau Gutiérrez ³
Francisco Zambrano Rodríguez ^{*2}	Director General, Verterrak, S.A.P. de C.V. y Vicepresidente del Consejo, Desarrollos Inmobiliarios y de Valores, S.A. de C.V. (DIV)	14	Karl Frei Buechi ³
SECRETARIO			
Carlos Eduardo Aldrete Ancira	Director Legal, FEMSA	24	Carlos Luis Díaz Sáenz

El Consejo de Administración acordó separar los cargos de Presidente del Consejo y Director General, ratificando a José Antonio Fernández Carbajal como Presidente Ejecutivo del Consejo de Administración y nombrando a John Anthony Santa Maria Otazua como Director General Ejecutivo, por lo que el presidente del órgano superior de gobierno no ocupa un puesto en Coca-Cola FEMSA.

* Consejero independiente

1 Miembro del Comité de Planeación y Finanzas

2 Miembro del Comité de Auditoría

3 Miembro del Comité de Prácticas Societarias

EQUIPO DIRECTIVO¹ Y PARTICIPACIÓN EN LA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

John Anthony Santa María Otazua

Director General Ejecutivo

Supervisar y asegurar la implementación del Marco Estratégico de Sostenibilidad en Coca-Cola FEMSA, alinados las prioridades del negocio para el cumplimiento del propósito de generación de valor económico, social y ambiental.

Ernesto Javier Silva
Almaguer
**Director de División
México**

Rafael Alberto Suárez
Olaguibel
**Director de División
Latinoamérica**

Ian Marcel Craig
García
**Director de División
Brasil**

Washington Fabricio
Ponce García
**Director General de
Coca-Cola FEMSA
Philippines, Inc.**

Supervisar y asegurar la implementación del Marco Estratégico de Sostenibilidad a nivel de las operaciones que integran la División

Héctor Treviño Gutiérrez

Director de Administración y Finanzas

Responsable de Finanzas, Legal y Abastecimiento Sostenible.

Alejandro Javier Duncan Ancira

Director de Cadena de Suministro e Ingeniería

Responsable del Eje Nuestro Planeta.

Tanya Cecilia Avellán Pinoargote

Director de Planeación Estratégica, Tecnologías de Información y Desarrollo Comercial

Responsable de la Integración del Marco Estratégico de Sostenibilidad en la Estrategia del Negocio.

Raymundo Yutani Vela

Director de Recursos Humanos

Responsable del Eje Nuestra Gente.

José Ramón Martínez Alonso

Director de Asuntos Corporativos

Responsable del Marco Estratégico de Sostenibilidad y del Eje Nuestra Comunidad.

Eduardo Guillermo Hernández Peña

Director de Nuevos Negocios

Responsable de implementación del Marco Estratégico de Sostenibilidad en la unidad de Nuevos Negocios

¹ Al cierre del año fiscal, 31 de diciembre de 2016.

La compensación de los Directores Ejecutivos contempla un plan de prestaciones bajo la misma base que el resto de los colaboradores. Su remuneración económica está compuesta por un monto fijo y uno variable, este último calculado con base en la metodología EVA (*Economic Value Added*), el cual combina objetivos de desempeño cuantitativos y cualitativos. Nuestro Marco Estratégico de Sostenibilidad y las Metas 2020 de la compañía son parte de los objetivos de desempeño de nuestros colaboradores.

El Consejo de Administración cuenta con el respaldo de tres Comités y un Consejo Consultivo para la toma de decisiones en materia de: evaluación de riesgos; control interno; auditorías internas y externas; informes financieros; cumplimiento de la normatividad, aspectos legales y contingencias.

COMITÉ DE PLANEACIÓN Y FINANZAS

Su objetivo es acordar junto con la administración el plan estratégico y financiero anual y de largo plazo. Además, determina la estructura de capital óptima de la compañía, la emisión de acciones y/o deuda, y revisa los posibles riesgos financieros.

COMITÉ DE AUDITORÍA

Su responsabilidad es cuidar la confiabilidad e integridad de la información financiera trimestral y anual de la compañía; del nombramiento, compensación, retención y supervisión de los auditores independientes; asimismo, dar seguimiento a quejas o aclaraciones -confidenciales o anónimas-, referentes a asuntos contables internos o de auditoría. Está conformado por consejeros independientes de acuerdo con las leyes aplicables.

COMITÉ DE PRÁCTICAS SOCIETARIAS

Al igual que el Comité de Auditoría, este comité se integra por consejeros independientes, los cuales tienen la encomienda de prevenir o reducir los riesgos de operaciones que pudieran dañar el valor de la compañía o beneficiar a algún grupo de accionistas en particular. Cuenta con la responsabilidad de aprobar las políticas sobre transacciones con partes relacionadas, el plan de compensación del Director General y otros directivos relevantes.

CONSEJO CONSULTIVO

Su función principal es asesorar y sugerir iniciativas al Consejo de Administración a través de la Dirección General. Está integrado por antiguos accionistas de los diferentes embotelladores que se han fusionado y cuya experiencia agrega valor a nuestra organización.

RIESGOS

Somos una empresa con presencia en diferentes países y regiones del mundo, por lo que siempre estamos expuestos a un entorno lleno de retos y riesgos. Nuestra estrategia considera un **Proceso Integral de Gestión de Riesgos** que permite identificarlos, medirlos, registrarlos, valorarlos, prevenirlos y/o mitigarlos.

Los riesgos son evaluados e incorporados a los procesos de planeación y dirección de Coca-Cola FEMSA de la siguiente forma:

1. Consejo de Administración y Dirección General
2. Proceso de Evaluación del Riesgo de Control Interno
3. Comités Regulatorios
4. Metodología para el Manejo de Incidentes y Resolución de Crisis (MIRC)
5. Análisis del Ciclo de Planificación y Plan de Negocios

En primera instancia revisamos con el Consejo de Administración y la Dirección General, junto con los auditores externos e internos, los factores de riesgo clave que podrían afectar nuestras operaciones y activos, y determinamos si éstos han sido correctamente identificados, controlados y considerados en ambos programas de auditoría.

El Proceso de Evaluación del Riesgo de Control Interno en toda la compañía utiliza la herramienta de Evaluación del Riesgo del Negocio, que documenta el detalle de la información obtenida de nuestras operaciones, por país y a nivel corporativo, respecto a su evaluación de riesgo. La herramienta genera, considerando impacto y probabilidad de riesgos posibles, un mapa de prioridad para cada riesgo identificado. Además, garantiza el uso de los mismos procedimientos para identificar, evaluar y priorizar riesgos; de la misma manera, nos permite hacer más eficiente el proceso de la consolidación de información que será presentada a los diferentes niveles organizacionales y la conexión con el alcance de nuestros objetivos estratégicos a corto, mediano y largo plazo. Los resultados de este proceso se integran con la generación anual de planes de negocio de la compañía, asegurando que nuestras acciones se enfoquen en los riesgos identificados.

Asimismo, anualmente el área de Asuntos Regulatorios realiza un proceso de definición de riesgos con cada una de las operaciones a través de los Comités Regulatorios. Este proceso considera las cuatro categorías de riesgo definidas como prioritarias: Estratégicos, Operativos, de Conformidad y Financieros. Cada país es evaluado en su propio riesgo local prioritario, información que es utilizada como insumo por el área de Control Interno, quien consolida todos los riesgos de Coca-Cola FEMSA.

Por su parte, el área de Comunicación Corporativa tiene un proceso de gestión de riesgos: la Metodología para el Manejo de Incidentes y Resolución de Crisis (MIRC), a través de la que se evalúan permanentemente los riesgos potenciales y responde a los riesgos y crisis que pudieran surgir en la empresa. Los aprendizajes de este proceso complementan el desarrollo de nuestra evaluación global de riesgos.

Para definir el Plan de Negocios de cada operación llevamos a cabo el Análisis de Ciclo de Planificación, que es el proceso completo de planificación de riesgos aunado a todos los procesos antes mencionados. Posteriormente, el Marco Estratégico de Sostenibilidad integra las metas anuales, las Metas 2020, el presupuesto y los programas específicos. Al final, el Plan de Negocios y el Plan de Sostenibilidad están alineados y consideran nuestro Proceso de Gestión de Riesgos.

Algunos de los riesgos que hemos identificado son:

- Nuestro negocio está sujeto a la relación con *The Coca-Cola Company*, los cambios en esta relación podrían tener afectaciones.
- Cambios en las preferencias de los consumidores y preocupaciones públicas relacionadas con temas de salud pueden reducir la demanda de algunos de nuestros productos.
- La reputación de la marca o violaciones a la marca.
- La competencia puede influir adversamente en nuestro desempeño financiero.
- El déficit de agua o fallas en mantener nuestras concesiones de agua actuales.
- El incremento de precio de las materias primas que utilizamos para producir nuestros productos puede influir en el costo de producción.
- Los impuestos y los cambios a las regulaciones de las regiones en donde tenemos presencia.
- Resultados desfavorables en procedimientos legales.
- Condiciones climáticas adversas pueden afectar nuestros resultados.
- Existe la posibilidad de no lograr con éxito la integración de nuevas adquisiciones, lo que podría afectar nuestra eficiencia operativa.

Con la finalidad de atender y mitigar los riesgos sociales y ambientales hemos implementado distintas iniciativas. Desde 2015 iniciamos la implementación del Modelo de Atención a Riesgos y Relacionamiento Comunitario (MARRCO), a través del cual estamos instalando y habilitando una metodología de inteligencia social integrada al desarrollo de la estrategia del negocio y a los planes operativos en cada centro de trabajo. Esta metodología consta de cinco pasos que nos ayudan a mitigar y atender los riesgos en las comunidades con las que interactuamos.

En conjunto con Fundación FEMSA, tenemos la metodología de análisis de riesgo de agua donde contemplamos aspectos de cambio climático, resiliencia a estrés hídrico, vulnerabilidad mediática y social, así como regulaciones y volumen de producción para cada una de nuestras plantas embotelladoras.

En 2016 desarrollamos en Coca-Cola FEMSA el Índice de Riesgos de Agua, que contempla cuatro temas de evaluación: Riesgos Comunitarios y de Percepción, Escasez Hídrica e Insumos, Regulatorios, y Normativos para cada una de nuestras plantas embotelladoras. Al día de hoy este índice es la base para la construcción de planes integrales de acción y gestión de agua para 14 plantas.

GRUPOS DE INTERÉS

Mantenemos canales de diálogo constantes y diversos con los 10 grupos de interés con los que interactuamos, a quienes identificamos con base en el ejercicio de materialidad que realizamos en 2012. Esta comunicación nos permite conocer qué es lo que interesa y preocupa a aquellos que se relacionan directa o indirectamente con nuestras actividades de negocio. Seleccionamos a los grupos de interés por la relación que tienen con cada aspecto de nuestra cadena de valor, los impactos que se relacionan a nuestras operaciones y la importancia que tienen para formar parte de nuestro propósito de generación de valor compartido.

En 2016 entablamos dos sesiones de diálogo sobre sostenibilidad con representantes de los sectores ambiental y social para conocer sus opiniones respecto a la comunicación de Coca-Cola FEMSA en temas de sostenibilidad. El objetivo principal fue conocer la percepción de los expertos con respecto a las acciones que se están llevando a cabo, su impacto, su influencia en la sociedad y las áreas de oportunidad que perciben. Las conclusiones de estas sesiones nos sirven de insumo para mejorar la forma en la que hacemos y comunicamos los temas relevantes para la sostenibilidad de nuestra operación.

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

Permanente Bianaual Variable

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Deseamos conocer las expectativas de nuestros clientes y consumidores, por lo que ponemos a su disposición líneas de atención a clientes 01-800 que se indican en nuestros empaques, al igual que en la página web para mantener nuestra relación vigente.

De la misma manera, con el objetivo de desarrollar planes de mejora para cada territorio donde estamos presentes, realizamos estudios e investigaciones de mercado donde buscamos conocer de qué manera podemos mejorar la satisfacción de nuestros clientes.

DISTINCIONES Y RECONOCIMIENTOS

Nos enorgullece haber recibido durante 2016 diversas distinciones, premios y reconocimientos, tanto nacionales como internacionales en materia de sostenibilidad, no solo por nuestra forma de operar, sino también por los proyectos que enfocamos a la mejora de Nuestro Planeta, así como al bienestar de Nuestra Gente y Nuestra Comunidad en todos los países donde estamos presentes.

Por cuarto año consecutivo participamos en el Índice Dow Jones de Sostenibilidad, y desde hace seis años, estamos entre las empresas que lideran el IPC Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores. De la misma manera, Vigeo Eiris nos incluyó en su documento *Emerging Market 70 Ranking*, el cual distingue a las empresas que cuentan con el mejor desempeño ambiental, social y de gobierno corporativo en mercados emergentes, y estamos listados en el índice de *FTSE4Good* porque llevamos a cabo prácticas de responsabilidad social, tomando en cuenta el medio ambiente y respetando los derechos humanos.

En México, por 12 años sucesivos, hemos obtenido el distintivo Empresa Socialmente Responsable que otorga el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) en conjunto con AliaRSE, también, la Secretaría del Trabajo y Previsión Social no otorgó el Distintivo Empresa Incluyente Gilberto Rincón Gallardo.

Por el apoyo que brindamos en Argentina durante la Feria Cooperadora de Acción Social (COAS) de las Naciones, que recauda fondos para la compra de aparatos médicos para hospitales públicos, recibimos el Premio COAS a la Solidaridad. Por otro lado, la Subsecretaría de Hábitat e Inclusión del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires nos brindó el Premio a la Mejor Práctica Integral de Responsabilidad Social por la labor que desempeñamos en las villas y barrios informales de esta ciudad.

La Alcaldía local de Fontibón nos entregó en Colombia el Premio Conexión Empresarial; en Nicaragua, *American Nicaraguan Foundation* nos reconoció con un Certificado de Apoyo y Participación a la Caminata Huellas de Esperanza; y en Panamá recibimos un Agradecimiento por la donación que hicimos al programa de integración local de personas refugiadas que organiza la Cruz Roja Panameña.

En México, la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA) reconoció nuestra planta de Morelia como Industria Limpia Nivel 2, y a las de Cuernavaca y Coatepec como Industria Limpia Nivel 1. La Federación de Industrias del Estado de São Paulo en Brasil nos otorgó el Prêmio FIESP de *Preservação e Re-uso de Água pela Indústria* por las prácticas sostenibles que realizamos para la preservación del agua, y *The Coca-Cola Company* nos brindó el *Trófeu Planeta Coca-Cola* gracias al proyecto que desarrollamos en este país sobre el uso de energías renovables. En Filipinas, la Ciudad de Mandaue, nos distinguió como Manufactura Verde, por las prácticas responsables con el medio ambiente que llevamos a cabo para la conservación del agua.



PARTICIPACIÓN EMPRESARIAL

Es nuestro interés promover e intercambiar buenas prácticas en materia de Sostenibilidad, es por ello que participamos activamente en asociaciones y organismos en los países en donde tenemos presencia:

PARTICIPACIÓN EMPRESARIAL DE COCA-COLA FEMSA	
COCA-COLA FEMSA	Alianza Latinoamericana de Asociaciones de Industria de Alimentos y Bebidas (ALAIAB)
	American Beverage Association (ABA)
	APEC Business Advisory Council (ABAC)
	Business Industry Advisory Council (BIAC)
	International Chamber of Commerce (ICC)
	International Council of Beverages Associations (ICBA)
	World Environment Center (WEC) 2
ARGENTINA	Asociación de Fabricantes Argentinos de Coca-Cola (AFACC) ¹
	Cámara Argentina de la Industria de Bebidas sin Alcohol (CADIBSA) ¹
	Cámara de Comercio Argentino Mexicana ¹
	Coordinadora de las Industrias de Productos Alimenticios (COPAL)
BRASIL	<i>Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas Não Alcoólicas</i> (ABIR) ¹
	<i>Associação Brasileira de Indústria de Água Mineral</i> (ABINAN/SINDNAN) ¹
	<i>Associação Brasileira dos Anunciantes</i> (ABA)
	<i>Associação Internacional Voltada para o Marketing no Varejo</i> (POPAl)
	<i>Associação Paulista de Supermercado</i> (APAS) ¹
	Cámara Mexicana de Comércio ¹
	Compromiso Empresarial para a Reciclagem (CEMPRE)
Sindicato das Indústrias de Bebidas do Estado do Paraná (Sindibebidas) ¹	
COLOMBIA	Asociación de Industriales de Tocancipá (ASIENORTE) ¹
	Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI) ¹
	Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO), Bogotá
COSTA RICA	<i>American Chamber</i> (AMCHAM) Costa Rica
	Asociación de Empresarios para el Desarrollo (AED)
	Cámara Comercio Costa Rica México
	Cámara Costarricense de Industria Alimentaria (CACIA)
	Cámara Industrias Costa Rica
Unión Costarricense de Cámaras y Asociación Sector Empresarial (UCCAEP)	
FILIPINAS	<i>Beverage Industry Association of the Philippines</i> ¹
GUATEMALA	<i>American Chamber</i> (AMCHAM) Guatemala
	Cámara Comercio de Guatemala
	Cámara Comercio e Industrias Guatemala México
	Cámara Industrias de Guatemala
	Gremial de Alimentos de Guatemala
	Gremial de Embotelladores de Guatemala ¹
MÉXICO	Asociación de Embotelladores Coca-Cola (ASCOCA) ¹
	Asociación Nacional de Productores de Refrescos y Aguas (ANPRAC)
	Cámara de la Industria de la Transformación (CANACINTRA)
	Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)
	Comisión de Estudios para el Desarrollo Sustentable del Consejo Coordinador Empresarial (CESPEDES) ²
	Confederación de Cámaras Industriales (CONCAMIN)
	Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX)
	Consejo Coordinador Empresarial (CCE)
	Consejo Mexicano de la Industria de Productos de Consumo (CONMEXICO) ¹
	Ecología y Compromiso Empresarial, A.C. (ECOCE) ¹
	Fondo Mexicano para la Conservación de la Naturaleza (FMCN) ¹
	Iniciativa GEMI (Global Environmental Management Initiative)
NICARAGUA	<i>American Chamber</i> (AMCHAM) Nicaragua
	Cámara Comercio Nicaragua ¹
	Cámara Comercio Nicaragua México
	Cámara Industrias Nicaragua
PANAMÁ	Cámara Comercio e Industria Panamá México
	Cámara Comercio Panamá
	Sindicato de Industriales de Panamá
	<i>American Chamber</i> (AMCHAM) Panamá
VENEZUELA	Asociación de Industriales y Comerciantes de los Cortijos y los Ruices (ASICOR)
	Asociación Nacional de Bebidas Refrescantes (ANBER)
	Cámara de Comercio e Industria Venezolana Mexicana (CAVEMEX)
	Cámara Venezolana Americana de Comercio e Industria (Venancham)
	Cámara Venezolana de la Industria de Alimentos (CAVIDEA) ¹

¹ Participación en Órgano de Gobierno

² Participación de FEMSA o *The Coca-Cola Company* en Órgano de Gobierno

ACERCA DE NUESTRO INFORME

Desde nuestra sede en la Ciudad de México, presentamos el Informe de Sostenibilidad 2016 de Coca-Cola FEMSA en su novena edición anual con información que corresponde al periodo comprendido del 1º de enero al 31 de diciembre de 2016, e incluye datos de todos los países en donde Coca-Cola FEMSA, S.A.B. de C.V. tiene operaciones o participación mayoritaria: Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Filipinas, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá y Venezuela.

Este documento se elaboró con base en la guía del *Global Reporting Initiative (GRI)* en su versión G4 dando cumplimiento a la conformidad Esencial, así como a los indicadores del Suplemento Sectorial para el Sector Procesador de Alimentos de la misma guía. Asimismo, este Informe complementa la Comunicación Sobre el Progreso (COP) del Pacto Mundial de las Naciones Unidas presentada por FEMSA para su reporte de 2016. Nos basamos en la información proporcionada por parte de los responsables de la información al día del desarrollo del informe.

La información respecto a reformulaciones en datos se señala a lo largo del documento; el alcance del documento se limita a nuestras operaciones y no comprende información de los siguientes casos: negocios conjuntos; en donde se cuenta con participación minoritaria; operaciones adquiridas en un periodo menor a un año; operaciones de proveedores o entidades externas a nuestra empresa. El tipo de cambio considerado para las inversiones en moneda local fue el promedio de enero a diciembre de 2016.

La firma Deloitte realizó la verificación externa para 82 de los indicadores presentados. El desarrollo del documento fue llevado a cabo por Allant Consultores y el contenido gráfico por Generador Estudio Gráfico.

PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS	
ÁREA	PRINCIPIO
Derechos Humanos	1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente dentro de su ámbito de influencia.
	2. Las empresas deben asegurarse de que no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.
Laboral	3. Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva.
	4. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
	5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.
	6. Las empresas deben apoyar la abolición de prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.
Ambiente	7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente
	8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
	9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.
Anticorrupción	10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y el soborno.



AGRADECIMIENTOS

Rodrigo Simonato Centro de Excelencia TI José Antonio López Centro de Excelencia Distribución y Logística Catherine Reuben Transporte Planeación y Atracción de Talento Capacitación Juan Carlos Cortés Eduardo Romero Francisco Suárez Hernández Salud y Seguridad Ocupacional Relación con Inversionistas Sarah Orellana Adriana de Oliveira Héctor Armando Fernandez Manuel Felipe Rodriguez Cultura Mariana Parma Jessica Jiménez Desarrollo Laboral Desarrollo Laboral José Alfonso Rivera Alejandro Fernandez Gallardo René Luna Gabriela Anaya Fernando Simón Raquel Rojas FEMSA Logística Compensaciones Luis Alba Lambert Centro de Excelencia Manufactura José Ramón Martínez Andrea Galarraga Lady Diaz Silvia Barrero Aurea Patiño Maria Dyla Castro Henry Oswaldo Astudillo Tania Ramírez Juan Lorenzo Tañada Diversidad e Inclusión Michelle Larraguivel Mikaela Lopez Guadalupe Riquelme Imbera Edgar Palacios Empacotecnia The Coca-Cola Company Legal Carolina Araya Oscar Rubio Francisco Hinojosa Alma Vargas Plantas Mayte Bush Jose Martín del Campo Centros de Distribución Marcela Fresnedo Gabriela Diaz del Castillo Hector Aburto Administración y Finanzas Jose Francisco Martínez López Claudia Latapí Tania Cordero Romero Desarrollo Social Luis Fuentes Cadena de Suministro Carmen Meza Asuntos Corporativos Paola López Sostenibilidad FEMSA Ricardo Gallardo Deborah Gutierrez Paula Uribe Omar Mérida Marlene Castillo Planeación Estratégica Ana Cecilia Martínez Hervey Lagunes Mariana Collado Jessica Ponce Comunicación Interna Rebeca de la Torre Judith Santana Indicadores RRHH Jorge Antonio Alanis Perla Islas Abastecimiento Sostenible Wanessa Scabora Dolores Rey Birly Hernández Arelly Belmont Luis Darío Ochoa Germán Pennimpepe Salvador Trejo Comercial y Mercadotecnia Aldana Solano Desarrollo Organizacional Raúl Nateras Daniele Rodrigues Alerick Monter Maria Fernanda García Jordi Cueto-Felgueroso Arocha Jose Eduardo Maupomé Marina Rodríguez Cinthya Fuentes Esquinca Sergio Moreno Comunicación Externa FEMSA Rommin Díaz Centro de Excelencia Comercial Jorge Collazo Gerardo Bolaños Cacho Rosy Zavala Daniel Rodríguez Demerutis Cecilia Villamil Ana Elizondo Eduardo Lacerda Mario Guemez Teresa Dominguez Rodrigo Simonato Centro de Excelencia TI José Antonio López Centro de Excelencia Distribución y Logística Catherine Reuben Transporte Planeación y Atracción de Talento Capacitación Juan Carlos Cortés Eduardo Romero Francisco Suárez Hernández Salud y Seguridad Ocupacional Relación con Inversionistas Sarah Orellana Adriana de Oliveira Héctor Armando Fernandez Manuel Felipe Rodriguez Cultura Mariana Parma Jessica Jiménez Desarrollo Laboral Desarrollo Laboral José Alfonso Rivera Alejandro Fernandez Gallardo René Luna Gabriela Anaya Fernando Simón Raquel Rojas FEMSA Logística Compensaciones Luis Alba Lambert Centro de Excelencia Manufactura José Ramón Martínez Andrea Galarraga Lady Diaz Silvia Barrero Aurea Patiño Maria Dyla Castro Henry Oswaldo Astudillo Tania Ramírez Juan Lorenzo Tañada Diversidad e Inclusión Michelle Larraguivel Mikaela Lopez Guadalupe Riquelme Imbera Edgar Palacios Empacotecnia The Coca-Cola Company Legal Carolina Araya Oscar Rubio Francisco Hinojosa Alma Vargas Plantas Mayte Bush Jose Martín del Campo Centros de Distribución Marcela Fresnedo Gabriela Diaz del Castillo Hector Aburto Administración y Finanzas Jose Francisco Martínez López Claudia Latapí Tania Cordero Romero Desarrollo Social Luis Fuentes Cadena de Suministro Carmen Meza Asuntos Corporativos Paola López Sostenibilidad FEMSA Ricardo Gallardo Deborah Gutierrez Paula Uribe Omar Mérida Marlene Castillo Planeación Estratégica Ana Cecilia Martínez Hervey Lagunes Mariana Collado Jessica Ponce Comunicación Interna Rebeca de la Torre Judith Santana Indicadores RRHH Jorge Antonio Alanis Perla Islas Abastecimiento Sostenible Wanessa Scabora Dolores Rey Birly Hernández Arelly Belmont Luis Darío Ochoa Germán Pennimpepe Salvador Trejo Comercial y Mercadotecnia Aldana Solano Desarrollo Organizacional Raúl Nateras Daniele Rodrigues Alerick Monter Maria Fernanda García Jordi Cueto-Felgueroso Arocha Jose Eduardo Maupomé Marina Rodríguez Cinthya Fuentes Esquinca Sergio Moreno Comunicación Externa FEMSA Rommin Díaz Centro de Excelencia Comercial Jorge Collazo Gerardo Bolaños Cacho Rosy Zavala Daniel Rodríguez Demerutis Cecilia Villamil Ana Elizondo Eduardo Lacerda Mario Guemez Teresa Dominguez

ÍNDICE GRI G4

G4	PÁGINA	DESCRIPCIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS			
G4-1	2, 3	Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización.	•
G4-2	2, 42, 75	Principales efectos, riesgos y oportunidades.	•
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN			
G4-3	80	Nombre de la organización.	•
G4-4	Forros, 5, 10	Marcas, productos y servicios más importantes de la organización.	•
G4-5	80	Lugar donde se encuentra la sede de la organización.	
G4-6	Forros, 80	Países donde opera la organización.	•
G4-7	80	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	
G4-8	Forros, 16, 17	Mercados servidos (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios).	•
G4-9	1, 17	Escala de la organización.	
G4-10	Forros, 1, 2, 32, 33	Número de empleados.	•
G4-11	33	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivo.	
G4-12	Forros, 12, 13	Cadena de suministro de la organización.	•
G4-13	80	Cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionaria o la cadena de suministro.	
PARTICIPACIÓN EN INICIATIVAS EXTERNAS			
G4-14	7	Cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución.	
G4-15	51, 80	Cartas, los principios y otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.	
G4-16	80	Asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que pertenece la organización.	•
ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA			
G4-17	17	Entidades que figuran en los estados financieros.	
G4-18	7	Definición del proceso del contenido de la memoria.	
G4-19	7	Listado de aspectos materiales.	
G4-20	7, 51	Cobertura / Limitaciones en alcance o cobertura / Inclusión de información en caso de negocios conjuntos.	
G4-21	7, 51	Cobertura / Limitaciones en alcance o cobertura / Inclusión de información fuera de la organización.	
G4-22	80	Efectos por la reformulación de información de informes anteriores.	
G4-23	80	Cambios significativos en alcance y cobertura relativos a periodos anteriores.	
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS			
G4-24	77	Elabore una lista de los grupos de interés vinculados a la organización.	•
G4-25	77	Indique en qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.	•
G4-26	76, 77	Describa el enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés, incluida la frecuencia con que se colabora con los distintos tipos y grupos de partes interesadas.	•
G4-27	76, 77	Señale qué cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y describa la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su memoria.	
G4-28	80	Periodo objeto de la memoria (por ejemplo, año fiscal o año calendario).	
G4-29	80	Fecha de la última memoria (si procede).	
G4-30	80	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal).	
G4-31	97	Punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido de la memoria.	
ÍNDICE GRI			
G4-32	80, 82	Indique qué opción -de conformidad- con la Guía ha elegido la organización.	•
G4-33	80, 95	Describa la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria.	
GOBIERNO			
G4-34	73, 74, 75	Describa la estructura de gobierno de la organización.	•
G4-35	72, 74	Describa el proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno delega su autoridad a la alta dirección y a determinados empleados en cuestiones de índole económica, ambiental y social.	•

G4-36	74	Indique si existen en la organización cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales, y si sus titulares rinden cuentas directamente ante el órgano superior de gobierno.	•
G4-37	74, 77	Describa los procesos de consulta entre los grupos de interés y el órgano superior de gobierno con respecto a cuestiones económicas, ambientales y sociales.	•
G4-38	73, 74	Describa la composición del órgano superior de gobierno y de sus comités.	•
G4-39	73	Indique si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo.	•
G4-40	73	Describa los procesos de nombramiento y selección del órgano superior de gobierno y sus comités, así como los criterios en los que se basa el nombramiento y la selección de los miembros.	
G4-41	73	Describa los procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de intereses.	
PAPEL DEL ÓRGANO SUPERIOR DE GOBIERNO EN EL ESTABLECIMIENTO DE PROPÓSITOS, VALORES Y ESTRATEGIA DE LA ORGANIZACIÓN			
G4-42	73, 74	Describa las funciones del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, la aprobación y la actualización del propósito, los valores o las declaraciones de misión, las estrategias, las políticas y los objetivos relativos a los impactos económico, ambiental y social de la organización.	•
EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS Y EL DESEMPEÑO DEL ÓRGANO SUPERIOR DE GOBIERNO			
G4-43	73	Señale qué medidas se han adoptado para desarrollar y mejorar el conocimiento colectivo del órgano superior de gobierno con relación a los asuntos económicos, ambientales y sociales.	
G4-44	73	Describa los procesos de evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno.	
FUNCIONES DEL ÓRGANO SUPERIOR DE GOBIERNO EN LA GESTIÓN DEL RIESGO			
G4-45	75	Describa la función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.	•
G4-46	75	Describa la función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo de la organización en lo referente a los asuntos económicos, ambientales y sociales.	
G4-47	72, 76	Indique con qué frecuencia analiza el órgano superior de gobierno los impactos, los riesgos y las oportunidades de índole económica, ambiental y social.	•
FUNCIÓN DEL ÓRGANO SUPERIOR DE GOBIERNO EN LA ELABORACIÓN DE LA MEMORIA DE SUSTENTABILIDAD			
G4-48	72	Indique cuál es el comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización y se asegura de que todos los Aspectos materiales queden reflejados.	•
FUNCIONES DEL ÓRGANO SUPERIOR DE GOBIERNO EN LA EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO ECONÓMICO, SOCIAL Y AMBIENTAL			
G4-49	75, 76	Describa el proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno.	•
G4-50	75	Señale la naturaleza y el número de preocupaciones importantes que se transmitieron al órgano superior de gobierno.	
RETRIBUCIÓN E INCENTIVOS			
G4-51	73	Describa las políticas de remuneración para el órgano superior de gobierno y la alta dirección.	
G4-52	31, 73	Describa los procesos mediante los cuales se determina la remuneración.	
G4-53	Información confidencial	Explique cómo se solicita y se tiene en cuenta la opinión de los grupos de interés en lo que respecta a la retribución.	
G4-54	Información confidencial	Calcule la relación entre la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente.	
G4-55	Información confidencial	Calcule la relación entre el incremento porcentual de la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con el incremento porcentual de la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente.	
ÉTICA E INTEGRIDAD			
G4-56	21, 25	Describa los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.	
G4-57	25	Describa los mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y para consultar los asuntos relacionados con la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento.	
G4-58	25	Describa los mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización, tales como la notificación escalonada a los mandos directivos, los mecanismos de denuncia de irregularidades o las líneas telefónicas de ayuda.	



G4	PÁGINA	DESCRIPCIÓN	OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS
DESEMPEÑO ECONÓMICO					
G4-EC1	17	Valor económico directo generado y distribuido.		•	
G4-EC2	51	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.			7
G4-EC3	31	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficio social.			
G4-EC4		Ayuda financiera significativa recibidas del gobierno.	No se recibieron ayudas por parte de gobiernos.		1
Presencia de mercado					
G4-EC5		Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Información confidencial		
G4-EC6	33	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.			
Consecuencias económicas indirectas					
G4-EC7	57	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono o en especie.		Inversión de USD \$4.86 millones en 2016.	
G4-EC8	1	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.		•	
Prácticas de adquisición					
G4-EC9		Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Información confidencial		
DESEMPEÑO AMBIENTAL					
Materiales					
G4-EN1	61	Materiales utilizados por peso y volumen.		•	
G4-EN2	61	Porcentaje de materiales utilizados que son reciclados.		•	7 y 8
Energía					
G4-EN3	65	Consumo energético interno (directo e indirecto de energía).		•	8
G4-EN4	65	Consumo energético externo.		•	8
G4-EN5	65	Intensidad de la energía.		•	
G4-EN6	65	Reducción del consumo de energía.		•	8
G4-EN7	65	Iniciativa para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	No aplica		8 y 9
Agua					
G4-EN8	53	Captación total de agua por fuentes.		•	7 y 8
G4-EN9	53	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.			
G4-EN10	53	Porcentaje de volumen total de agua reciclada y reutilizada.		•	8 y 9
Biodiversidad					
G4-EN11	53	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.			
G4-EN12	53	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.			
G4-EN13	53	Hábitats protegidos o restaurados.			7 y 8
G4-EN14		Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la lista roja de IUCN y en listados nacionales cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.	No aplica		
Emisiones					
G4-EN15	65	Emisiones directas de GEI (alcance 1).		•	8
G4-EN16	65	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2).		•	8
G4-EN17	65	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3).		•	8
G4-EN18	65	Intensidad de las emisiones de GEI.		•	8 y 9
G4-EN19	65	Reducción de las emisiones de GEI.			7 y 8

G4	PÁGINA	DESCRIPCIÓN	OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS
G4-EN20		Emisión de sustancias que agotan la capa de ozono.			
G4-EN21	65	NOx, SOx, y otras emisiones significativas al aire.			
Efluentes y residuos					
G4-EN22	53	Vertimiento total de aguas residuales según su naturaleza y destino.		•	
G4-EN23	71	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.		•	8
G4-EN24		Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	No hubo derrames		8
G4-EN25	71	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del convenio de Basilea, así como el porcentaje de los residuos transportados internacionalmente.			
G4-EN26	53	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de la biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.			8
Productos y servicios					
G4-EN27	53, 61, 65	Iniciativa para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.		•	7
G4-EN28	61	Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil por categorías de productos.		•	8
Cumplimiento regulatorio					
G4-EN29	89*	Costo de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.			8
Transporte					
G4-EN30	65	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.			7 y 8
General					
G4-EN31	51	Desglose por tipo del total de gastos en inversiones ambientales.		•	
Evaluación ambiental de los proveedores					
G4-EN32	47	Porcentaje de proveedores seleccionados utilizando criterios ambientales.		•	
G4-EN33	47	Impactos ambientales negativos actuales y potenciales en la cadena de suministro y las acciones tomadas.			7 y 8
Mecanismos de reclamación ambiental					
G4-EN34		Número de quejas sobre el campo impactos ambientales, atendido y resuelto a través de mecanismos formales de queja.	No hubo reclamaciones	•	8
PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO					
Empleo					
G4-LA1	32, 33	Número total de empleados y tasa de nuevas contrataciones y rotación medida de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.		•	
G4-LA2	27, 31	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.			6
G4-LA3	33	Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.			
Relaciones entre los trabajadores y la dirección					
G4-LA4	31	Periodo mínimo de preaviso relativo a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.			1 y 3
Salud y seguridad en el trabajo					
G4-LA5	27	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud conjuntos de dirección empleados establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.			3
G4-LA6	29	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.		•	1

G4	PÁGINA	DESCRIPCIÓN	OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS
G4-LA7		Trabajadores con una alta incidencia o riesgo de muerte relacionado con su trabajo.	Información confidencial		
G4-LA8	27	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.			
Capacitación y educación					
G4-LA9	30	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por sexo y por categoría de empleado.		•	1
G4-LA10	21	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión final de sus carreras profesionales.		•	
G4-LA11	21	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional desglosado por sexo.			
Diversidad e igualdad de oportunidades					
G4-LA12	2, 32, 33	Composición de los órganos de gobierno corporativo y planilla, desglosado por categoría de empleado, sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.		•	
Igualdad de retribución entre hombres y mujeres					
G4-LA13	31	Relación entre el salario base y la remuneración de mujeres y hombres desglosado por categoría de empleado, por ubicaciones significativas de actividad.			1 y 6
Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores					
G4-LA14	48	Porcentaje de nuevos proveedores seleccionados con base en criterios laborales.		•	1 y 6
G4-LA15	48	Impactos significativos actuales y potenciales por las prácticas laborales en la cadena de suministro y las acciones tomadas.		•	6
Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales					
G4-LA16	25	Número de quejas acerca de prácticas laborales resueltas de manera formal.			
DERECHOS HUMANOS					
Inversión					
G4-HR1	47	Porcentaje y número total de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas que incorporan preocupaciones en materia de derechos humanos.			1, 2, 3, 4, 5 y 6
G4-HR2	25, 30	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.		•	
No discriminación					
G4-HR3	25	Número total de incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas.		•	1, 2, 4 y 5
Libertad de asociación y negociación colectiva					
G4-HR4	25	Operaciones y proveedores significativos identificados en los que el derecho de libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos para ser violado o pueda correr importantes riesgos y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.		•	1, 2 y 6
Trabajo infantil					
G4-HR5	25	Operaciones y proveedores identificados como un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición efectiva del trabajo infantil.		•	1, 2, 4 y 5
Trabajo forzoso					
G4-HR6	25	Operaciones y proveedores significativos identificados de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado u obligatorio y las medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio.		•	1, 2, 4 y 5
Medidas de seguridad					
G4-HR7	25, 31	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.			1, 2 y 4
Derechos de la población indígena					
G4-HR8	25	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.			1

G4	PÁGINA	DESCRIPCIÓN	OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS
Evaluación					
G4-HR9	25	Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones y/o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.		•	1
Evaluación de proveedores en derechos humanos					
G4-HR10	48	Porcentaje de los proveedores contratistas y otros socios comerciales significativos que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.		•	1, 2, 3, 4, 5 y 6
G4-HR11	48	Impactos en los derechos humanos significativos y negativos en la cadena de suministro y las acciones tomadas.		•	1, 2, 3, 4, 5 y 6
Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos					
G4-HR12	25	Número de quejas relacionadas con los derechos humanos que han sido presentadas, tratadas y resueltas mediante mecanismos conciliatorios formales.			1, 2, 3, 4, 5 y 6
SOCIEDAD					
Comunidades locales					
G4-SO1	42, 43	Porcentaje de las operaciones implementadas en la comunidad local, evaluaciones de impacto, y programas de desarrollo.		•	
G4-SO2	37, 43	Operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.			
Lucha contra la corrupción					
G4-SO3	25, 47	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.			10
G4-SO4	25	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización			10
G4-SO5	25	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.			2 y 10
Política pública					
G4-SO6	25	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o instituciones relacionadas por países.			10
Prácticas de competencia desleal					
G4-SO7	89*	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia y sus resultados.			
Cumplimiento regulatorio					
G4-SO8	89*	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarios derivadas del incumplimiento de las leyes.			
Evaluación de la repercusión social de los proveedores					
G4-SO9	48	Porcentaje de nuevos proveedores seleccionados usando criterios de impactos en la sociedad.		•	
G4-SO10	48, 53	Impactos en la sociedad significativos actuales y potenciales en la cadena de suministro y las acciones tomadas.		•	
Mecanismos de reclamación por impacto social					
G4-SO11	25	Número de quejas acerca de los impactos en la sociedad presentadas, tratadas y resueltas mediante mecanismos conciliatorios formales.			
RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS					
Salud y seguridad de los clientes					
G4-PR1	40	Porcentaje de categorías de productos y servicios cuyo impacto en salud y seguridad se ha evaluado para promover mejoras.		•	
G4-PR2		Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	No se registraron incidentes por estos conceptos en 2016.	•	

G4	PÁGINA	DESCRIPCIÓN	OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS
Etiquetado de los productos y servicios					
G4-PR3	40	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.		•	8
G4-PR4		Número total de incumplimiento de las regulaciones y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	En 2016 no se registraron incumplimientos por este concepto.	•	
G4-PR5	77	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.			
Comunicaciones de mercadotecnia					
G4-PR6	40	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing incluidos a la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.			
G4-PR7		Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	En 2016 no se registraron incidentes por estos conceptos.	•	
Privacidad de los clientes					
G4-PR8	89*	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.		•	1
Cumplimiento regulatorio					
G4-PR9	89*	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.		•	
SUPLEMENTO SECTORIAL PARA EMPRESAS PROCESADORAS DE ALIMENTOS					
FP1	47	Porcentaje del volumen comprado a proveedores que cumplen política de abastecimiento.		•	
FP2	47	Porcentaje de volumen comprado verificado con estándares de producción internacionalmente reconocidos.		•	
FP3	25	Porcentaje de tiempo de trabajo perdido debido a huelgas disputas o paros laborales.			
FP4	37	Programas que promueven estilos de vida saludables prevención de enfermedades crónicas, acceso a comida saludable, nutritiva y accesible y mejoramiento del bienestar de la comunidad.		•	
FP5	11	Porcentaje del volumen de producción certificado por un tercero independiente de acuerdo a estándares internacionales reconocidos de seguridad alimentaria.		•	
FP6	11, 40	Porcentaje total de ventas de productos que son bajos en azúcares añadidas.		•	
FP7	11, 40	Porcentaje total de ventas de productos que contienen ingredientes nutricionales como fibra, vitaminas, minerales o aditivos nutricionales funcionales.		•	
FP8	40	Comunicación acerca de ingredientes e información nutrimental más allá de la legislación.		•	
FP9		Porcentaje y total de animales incubados y/o procesados por especie y raza.	No aplica		
FP10		Políticas y prácticas, por especie y clase, relacionadas a alteraciones físicas y uso de anestesia.	No aplica		
FP11		Porcentaje y total de animales incubados y/o procesados por especie y raza por tipo de almacenamiento.	No aplica		
FP12		Políticas y prácticas en el uso de antibióticos, antiinflamatorios, hormonas y/o estimulantes para el desarrollo por especies y razas.	No aplica		
FP13		Total de incidentes de incumplimiento con las leyes y regulaciones y apego con estándares voluntarios relativos, prácticas sobre transporte, manejo y matanza de animales terrestres y acuáticos vivos.	No aplica		

G4	PÁGINA	DESCRIPCIÓN	OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS
SUPLEMENTO SECTORIAL TRANSPORTE Y LOGÍSTICA					
Dimensión Económica/Registro de Embarques					
LT1	69	Número de buques controlados por la organización.	No aplica		
Dimensión Medioambiental/Composición de la Flota					
LT2	69	Composición de la flota.			
Dimensión Medioambiental/Políticas					
LT3	69	Descripción de las políticas y programas de impactos ambientales.			
Dimensión Medioambiental/Energía					
LT4	69	Descripción de las iniciativas para utilizar fuentes de energía renovables y para incrementar la eficiencia energética.			
Dimensión Medioambiental/Contaminación Urbana					
LT5	69	Descripción de las iniciativas para controlar las emisiones al aire en relación al transporte terrestre.			
Dimensión Medioambiental/Contaminación Vehicular					
LT6	69	Descripción de políticas y programas implementados para gestionar los impactos de la congestión vehicular			
Dimensión Medioambiental/Ruido y Vibración					
LT7		Descripción de políticas y programas para la gestión del ruido.	Información no disponible		
Dimensión Medioambiental/Desarrollo de Infraestructura para Transporte					
LT8	69	Descripción de los impactos ambientales de los principales activos de la infraestructura de la organización.			
Dimensión Social/Patrones de Trabajo					
LT9		Descripción de las políticas y programas para determinar las horas trabajadas y de descanso, instalaciones de descanso y licencias de conducción.	Información no disponible		
LT10		Descripción de los métodos para proveer a los trabajadores móviles de medios que les permitan mantener comunicaciones personales mientras trabajan.	Información no disponible		
LT11	69	Descripción de políticas y programas referentes al abuso de sustancias.			
Dimensión Social/Seguridad en las Carreteras					
LT12	27	Número de fatalidades en las carreteras de conductores por millón de kilómetros manejados.			
Dimensión Social/Inspecciones de Seguridad de Buques					
LT13		Enumerar los incidentes cuando los barcos han sido detenidos por los inspectores en el puerto.	No aplica		
Dimensión Social/Acceso al Correo					
LT14		Descripción de políticas y programas para el acceso público a los servicios de correo.	No aplica		
Dimensión Social/Programas Humanitarios					
LT15		Suministro de logística y competencias de transporte para entregar ayuda humanitaria y las contribuciones en especie en respuesta ante desastres.	Información no disponible		
Dimensión Social/Programas Laborales					
LT16		Criterios para la selección de servicios de contratación y colocación de personal.	Información no disponible		
Dimensión Social/Continuidad en el Trabajo					
LT17		Medidas que facilitan la seguridad del ingreso y la continuidad en el empleo de los trabajadores contratados de forma temporal.	Información no disponible		

*Salvo por los procedimientos legales (iniciados en años anteriores) revelados conforme a la regla de materialidad de la Comisión de Valores de los Estados Unidos de América (U.S. Securities and Exchange Commission) en el reporte anual (forma 20-F) de Coca-Cola FEMSA presentado el 15 de abril de 2016, durante 2016 no tuvimos conocimiento de que se iniciara procedimiento legal alguno del tema indicado que pudiera tener un efecto material adverso en nuestra compañía.



Galaz, Yamazaki,
Ruiz Urquiza, S.C.
Río Lemus No. 232 Piso 9
Colonia Cuauhtémoc
06500 Ciudad de México,
México
Tel: + 52 (55) 5080 6000
Fax: + 52 (55) 5080 6001
www.deloitte.com/mx

Informe de Revisión Independiente del Informe de Sostenibilidad 2016 de Coca-Cola FEMSA, S.A.B. de C.V., para la Administración de Coca-Cola FEMSA

Responsabilidades de Coca-Cola FEMSA y del revisor independiente

La Administración de Coca-Cola FEMSA es responsable de la preparación del Informe de Sostenibilidad 2016 (IS), que comprende el periodo del 1° de enero al 31 de diciembre de 2016, así como el contenido del mismo, asegurando definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información, y que éstos a su vez estén libres de error material, debido a fraude o error. Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.

Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de Coca-Cola FEMSA de acuerdo con los términos de nuestra carta arreglo de fecha 8 de diciembre de 2016, por lo que no asumimos responsabilidad alguna frente a terceros distintos a la Dirección de Coca-Cola FEMSA y no tiene la intención de ser ni debe ser utilizado por alguien distinto a ésta.

Alcance de nuestro trabajo

El alcance de nuestra revisión independiente fue limitado, es sustancialmente inferior al de un trabajo de seguridad razonable, por lo tanto la seguridad proporcionada es también menor. El presente informe en ningún caso puede entenderse como un informe de auditoría.

Hemos realizado la revisión del IS 2016 conforme a los siguientes aspectos y/o criterios:

- La adaptación de los contenidos del IS 2016 a la guía para la elaboración de Memorias de Sustentabilidad del Global Reporting Initiative (GRI) versión 4 (G4), a los Suplementos Sectoriales (GRI) versión G3 de Food Processing Sector y Logistics and Transportation Sector y de acuerdo al estudio de materialidad proporcionado por Coca-Cola FEMSA.
- La revisión de los indicadores de desempeño en sustentabilidad reportados de acuerdo a la opción de Conformidad Esencial y señalados en el Índice de Contenido GRI del IS 2016.
- La consistencia entre la información contenida en el IS 2016 con la evidencia de respaldo proporcionada por la administración.

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y ética del Código de Ética Profesional para Contadores Públicos, emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Contadores (IESBA), el cual se fundamenta en los principios de integridad, objetividad, competencia profesional, y con la debida diligencia, confidencialidad y comportamiento profesional.

Estándares y procesos de revisión independiente

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

Coca-Cola FEMSA | Informe de revisión independiente al Informe de Sostenibilidad 2016

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas áreas de Coca-Cola FEMSA que han participado en la elaboración de los indicadores y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- a) Reuniones con el personal de Coca-Cola FEMSA para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados.
- b) Análisis de los procesos para recopilar, validar y consolidar los datos presentados en el IS 2016.
- c) Análisis de la cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en el IS 2016 en función del entendimiento de Coca-Cola FEMSA, de los requerimientos de los grupos de interés sobre los aspectos materiales identificados.
- d) Revisión con base en muestras seleccionadas de la evidencia que respalda la información incluida en el IS 2016.
- e) Revisión de calidad por un socio independiente al proyecto que verifique la congruencia de este entregable con la propuesta de trabajo, así como la calidad del proceso de trabajo y su producto final.

La siguiente tabla detalla los indicadores de desempeño en sustentabilidad revisados conforme a lo establecido en la Guía GRI versión G4 y los Suplementos Sectoriales:

G4-1	G4-26	G4-47	G4-EN10	G4-EN33	G4-HR4	G4-PR3	FP8
G4-2	G4-32	G4-48	G4-EN15	G4-EN34	G4-HR5	G4-PR4	LT2
G4-3	G4-33	G4-49	G4-EN16	G4-LA1	G4-HR6	G4-PR7	LT3
G4-4	G4-34	G4-EC7	G4-EN17	G4-LA6	G4-HR9	G4-PR8	LT4
G4-6	G4-35	G4-EN1	G4-EN18	G4-LA9	G4-HR10	G4-PR9	LT5
G4-8	G4-36	G4-EN2	G4-EN22	G4-LA10	G4-HR11	FP1	
G4-10	G4-37	G4-EN3	G4-EN23	G4-LA12	G4-SO1	FP2	
G4-12	G4-38	G4-EN4	G4-EN27	G4-LA14	G4-SO9	FP4	
G4-16	G4-39	G4-EN5	G4-EN28	G4-LA15	G4-SO10	FP5	
G4-24	G4-42	G4-EN6	G4-EN31	G4-HR2	G4-PR1	FP6	
G4-25	G4-45	G4-EN8	G4-EN32	G4-HR3	G4-PR2	FP7	

Para los indicadores GRI versión G4 EN3, EN4, EN8, EN10 y EN22 la revisión se realizó con base en información cuantitativa y Coca-Cola FEMSA decidió reportarlos de forma indirecta.

Las iniciativas de reducción de energía y agua sin valor cuantitativo no fueron consideradas dentro del proceso de revisión.

Estos indicadores fueron seleccionados para su revisión independiente con base en los siguientes criterios:

- a) Materialidad de Coca-Cola FEMSA referenciada en este IS 2016.
- b) Información contenida en la publicación de este IS 2016.
- c) Información proporcionada durante las reuniones con el personal entrevistado.
- d) Revisión de las evidencias proporcionadas por los participantes de Coca-Cola FEMSA de este proyecto.



Coca-Cola FEMSA | Informe de revisión independiente al Informe de Sostenibilidad 2016

Conclusiones

Con base en el trabajo efectuado, descrito en este informe, los procedimientos llevados a cabo y la evidencia obtenida, no se ha puesto de manifiesto algún aspecto que nos haga creer que el IS 2016 contiene errores significativos relacionados con los indicadores revisados o que no ha sido preparado de acuerdo a la opción de Conformidad Esencial, detallada en la guía para la elaboración de Memorias de Sustentabilidad del GRI versión G4. Para aquellos indicadores GRI G4 en donde Coca-Cola FEMSA no reportó de forma cuantitativa (cifras) se revisó únicamente la información cualitativa que incluye procedimientos, políticas, evidencia de actividades realizadas, entre otros.

Alternativas de acción

A continuación se resumen las alternativas de acción más significativas para la elaboración futura de IS, las cuales no modifican las conclusiones expresadas en el presente informe:

- Mejorar el proceso de gestión y validación de la información correspondiente a los temas materiales para Coca-Cola FEMSA.
- Fortalecer la información contenida en los indicadores materiales a reportar en el IS bajo las guías y suplementos sectoriales del Global Reporting Initiative (GRI) con el propósito de exaltar la transparencia, equilibrio y comparabilidad hacia los grupos de interés de Coca-Cola FEMSA.
- Fortalecer la comunicación e involucrar a los responsables de la información empoderándolos de la importancia de su participación y el resultado para Coca-Cola FEMSA.

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

MBA Daniel Aguilón Gallegos
Socio
9 de marzo de 2017

DATOS DE CONTACTO

Mario Pani #100 Piso 7
Col. Santa Fe Cuajimalpa,
Cuajimalpa de Morelos
Ciudad de México, México, 05348
Teléfono +52.55.15195000
www.coca-colafemsa.com

Dirección de Asuntos Corporativos

José Ramón Martínez Alonso

Comunicación Corporativa

Juan Carlos Cortés Trejo
Jordi Cueto-Felgueroso Arocha

Sostenibilidad

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

Para atención de comentarios y dudas sobre el contenido de este informe, el equipo de Sostenibilidad y Comunicación Corporativa pone a disposición el correo: sostenibilidad@kof.com.mx

CONOCE EL INFORME ANUAL DE COCA-COLA FEMSA EN NUESTRA PÁGINA WEB



Bolsa Mexicana de Valores, Clave de cotización: KOFL | NYSE (ADR), Clave de cotización: KOF | Razón de KOF L a KOF = 10:1

Coca-Cola FEMSA, S.A.B. de C.V. es el embotellador más grande del mundo por volumen de ventas. La compañía produce y distribuye bebidas de las marcas registradas de The Coca-Cola Company, ofreciendo un amplio portafolio de 154 marcas a más de 375 millones de consumidores cada día. Con más de 100 mil colaboradores, la empresa comercializa y vende aproximadamente 4 mil millones de cajas unidad a través de 2.8 millones de puntos de venta al año. Operando 66 plantas de manufactura y 328 centros de distribución, Coca-Cola FEMSA está comprometida a generar valor económico, social y ambiental para todos sus grupos de interés en toda la cadena de valor. La compañía es miembro del Índice de Sostenibilidad de Mercados Emergentes del Dow Jones, FTSE4Good Emerging Index, de los índices IPC y de Responsabilidad Social y Sostenibilidad de la Bolsa Mexicana de Valores, entre otros índices. Sus operaciones abarcan ciertos territorios en México, Brasil, Colombia, Argentina y Guatemala y, a nivel nacional, en Filipinas, Venezuela, Nicaragua, Costa Rica y Panamá. Para obtener más información, visite www.coca-colafemsa.com





Mario Pani #100 Piso 7
Col. Santa Fe Cuajimalpa,
Cuajimalpa de Morelos
Ciudad de México, México, 05348
Teléfono +52.55.15195000
www.coca-colafemsa.com