

COCA-COLA FEMSA
INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2014



TIEMPOS DE TRANSFORMACIÓN

G4-1, 3, 4, 5, 6, 7, 8 y 9

Coca-Cola FEMSA, S.A.B. de C.V. produce y distribuye Coca-Cola, Fanta, Sprite, Del Valle y otros productos de las marcas de *The Coca-Cola Company* en México (una parte importante del centro de México, incluyendo la ciudad de México y el sur y noreste de México), Guatemala (la ciudad de Guatemala y sus alrededores), Nicaragua (todo el país), Costa Rica (todo el país), Panamá (todo el país), Colombia (la mayoría del país), Venezuela (todo el país), Brasil (São Paulo, Campiñas, Santos el Estado de Mato Grosso do Sul, el Estado de Paraná, parte del Estado de Goiás, parte del estado de Río de Janeiro y parte del Estado de Minas Gerais), Argentina (capital federal de Buenos Aires y sus alrededores) y Filipinas (todo el país), además de agua embotellada, jugos, té, isotónicos, cerveza y otras bebidas en algunos de estos territorios. La Compañía cuenta con 64 plantas embotelladoras y atiende a más de 351 millones de consumidores, a través de cerca de 2.8 millones de detallistas, con más de 120,000 colaboradores a nivel mundial.

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

Contenido

Mensaje del Director General	2
Mensaje del Director de Asuntos Corporativos	3
Presencia	4
Coca-Cola FEMSA hoy	6
Nuestra estrategia de negocio	8
Gobierno corporativo	14
Código de ética de negocios	19
Participación empresarial	22
Nuestros productos	24
Portafolio de productos	26
Mercadotecnia responsable	29
Estrategia de sostenibilidad	30
Estudio de materialidad	34
Compromiso con grupos de interés y canales de diálogo	36
Metas 2020	39
Nuestra gente	40
Cultura y valores	42
Desarrollo integral	44
Capacitación y desarrollo	46
Nuestra comunidad	52
Estilos de vida saludable	55
Desarrollo comunitario	60
Abastecimiento sostenible	63
Nuestro planeta	68
Agua	70
Residuos y reciclaje	74
Energía	79
Fundación FEMSA	84
Principios del pacto mundial	86
Acerca de nuestro informe	87
Índice GRI-G4	88
Certificado GRI	88
Verificación externa	102
Datos de contacto	105

Mensaje del Director General

64-1

Durante 2014 enfrentamos un entorno con diversos retos para nuestra operación, entre ellos, la situación social y económica de los países donde operamos y la intensa dinámica de la industria de bebidas en los mercados que tenemos el privilegio de servir. Estos retos nos abren las puertas para capturar importantes oportunidades de crecimiento por lo que estamos transformando a Coca-Cola FEMSA para trabajar mejor con nuestros clientes, consumidores e innovar nuestros procesos internos. Así, nos impulsamos a mejorar y ser más eficientes desarrollando nuestro negocio en una etapa diferente, en alineación con nuestra renovada visión, para reforzar nuestro liderazgo global en el sector de bebidas.

En Coca-Cola FEMSA la sostenibilidad es una parte integral de nuestro Marco Estratégico de Negocio. Basado en 5 pilares, consiste en operar nuestro negocio a su máximo potencial, generar innovación, crecer a través de adquisiciones, desarrollar capacidades, y, finalmente, gestionar nuestro entorno de manera proactiva y sostenible generando valor económico, social y ambiental simultáneamente para transformar positivamente las comunidades donde operamos.

Como parte de nuestra gestión en 2014, continuamos enfocando nuestra Estrategia de Sostenibilidad a la atención de los temas materiales para nuestra operación, lo que nos permitirá fortalecer más nuestro desempeño y abordar con mayor profundidad los temas principales para nuestros grupos de interés.

Destaca que, por cuarto año, formamos parte del Índice de Sustentabilidad y Responsabilidad Social de la Bolsa Mexicana de Valores y, por segundo año consecutivo, formamos parte del Índice de Mercados Emergentes del *Dow Jones Sustainability Index*, recibiendo además el reconocimiento de *Industry Mover* y la inclusión en el Anuario de Sostenibilidad 2015 de RobecoSAM. Orgullosamente nos convertimos en la primer empresa mexicana en obtener dichos reconocimientos y una de las ocho empresas líderes en la industria de bebidas a nivel global. Nos vemos retados a continuar la gestión sostenible de Coca-Cola FEMSA reforzando nuestra convicción en la generación de valor.

Agradezco la contribución de todas las personas involucradas en los resultados logrados así como la responsabilidad asumida para afrontar los retos y oportunidades reportados durante 2014. Este Informe de Sostenibilidad es una de nuestras herramientas para la mejora continua de Coca-Cola FEMSA, por lo que de antemano aprecio el tiempo que nos otorgue para su lectura y para hacernos llegar sus comentarios.

John Santa María Otazua
Director General Ejecutivo

Mensaje del Director de Asuntos Corporativos

A nombre de todas las personas que colaboramos en Coca-Cola FEMSA, agradezco el interés a nuestro Informe de Sostenibilidad 2014. En este espacio les mostraremos las acciones e iniciativas en las que generamos valor económico, social y ambiental con el objetivo de transformar positivamente las comunidades en donde operamos.

El entorno económico y la diversidad de países donde tenemos presencia nos llevan a planear y realizar nuestras acciones con base en los temas materiales que más impacto tienen en nuestro negocio y en nuestros grupos de interés. Estos temas están representados en tres grandes ejes: Nuestra Gente, Nuestra Comunidad y Nuestro Planeta.

Este año fue clave para continuar el desarrollo e implementación de la Estrategia de Sostenibilidad en Coca-Cola FEMSA, ya que hemos avanzado hacia la consolidación de una visión estratégica de largo plazo, definiendo nuestras Metas de Sostenibilidad 2020.

Estamos convencidos que la sostenibilidad comienza desde nuestra casa. Por ello, estamos enfocados en ofrecer a nuestros más de 120,000 colaboradores un mejor lugar para trabajar reforzando nuestro sistema de gestión de talento para desarrollar colaboradores con las capacidades para afrontar nuevos retos. El eje de Nuestra Gente destaca por una inversión de 12,158,023 dólares en programas de capacitación y la promoción de acciones en beneficio del desarrollo integral de nuestros colaboradores y sus familias.

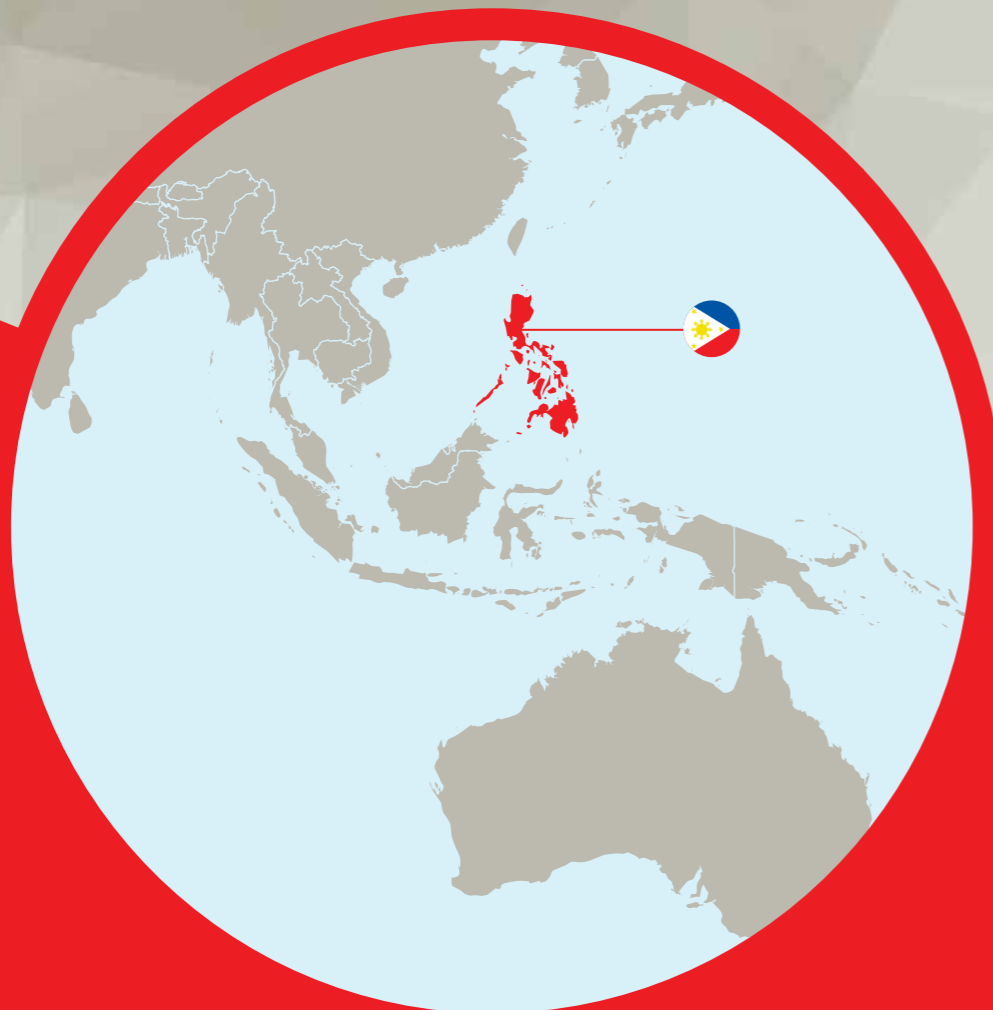
En Coca-Cola FEMSA, estamos dedicados a disminuir y mitigar el impacto ambiental de nuestras operaciones, concretamente en las áreas de agua, energía, residuos y reciclaje, realizando inversiones por más de 2.3 millones de dólares durante el 2014. Un ejemplo de esto son las mejoras en eficiencia en empaques, donde hemos desarrollado las botellas más ligeras del Sistema Coca-Cola. En Nuestra Comunidad estamos comprometidos a promover estilos de vida activos y saludables, incluidos los buenos hábitos de nutrición, hidratación y actividad física, con una inversión mayor de 3.5 millones de dólares. Un resultado de estas acciones, durante 2014, son las más de 737,000 personas beneficiadas por nuestros programas de Estilos de Vida Saludable y Desarrollo Comunitario.

Este año ha sido un tiempo de transformación en el que decidimos tomar liderazgo en las nuevas tendencias y cambios que se presentaban en nuestro entorno. Reconocemos el gran esfuerzo y trabajo de todos los colaboradores de Coca-Cola FEMSA para lograr los avances en sostenibilidad durante el 2014. Nuestro compromiso es seguir trabajando para maximizar la generación de valor enfocado en los temas materiales y continuar con nuestro crecimiento y el cumplimiento de nuestras metas.

Francisco Suárez Hernández
Director Asuntos Corporativos

Presencia

- **4,000 millones** de cajas unidad
- Más de **351 millones** de consumidores
- Más de **2.8 millones** de puntos de venta
- Más de **120,000** colaboradores
- **64** plantas embotelladoras
- **329** centros de distribución



Coca-Cola FEMSA, el embotellador público más grande del mundo, operando en dos de las regiones más atractivas de su industria.



México
Guatemala
Nicaragua
Costa Rica
Panamá
Colombia
Venezuela
Brasil
Argentina
Filipinas



Tiempos de
transformación



Coca-Cola FEMSA hoy

- Nuestra estrategia de negocio
- Gobierno corporativo
- Código de ética de negocios
- Participación empresarial

Nuestra estrategia de negocio

En Coca-Cola FEMSA vivimos tiempos de transformación que son guiados por nuestro Marco Estratégico de Negocio:

- **TRANSFORMANDO PARA ALCANZAR EL PLENO POTENCIAL OPERATIVO:** Estamos transformando nuestras operaciones para adaptarnos a la siempre cambiante dinámica del mercado, convirtiendo exitosamente los desafíos de nuestra industria en oportunidades.
- **TRANSFORMANDO EL CRECIMIENTO A TRAVÉS DE LA INNOVACIÓN:** A través del crecimiento e innovación transformacional aseguramos nuestra habilidad para anticipar y satisfacer las cambiantes necesidades de los consumidores, adaptarnos a las dinámicas del mercado y aprovechar las nuevas oportunidades de negocio.
- **TRANSFORMANDO PARA FORTALECER NUESTRAS CAPACIDADES ESTRATÉGICAS:** Estamos transformando nuestra empresa para crear una organización más eficiente, ágil y flexible, con las capacidades precisas para impulsar nuestra competitividad y prepararnos para la próxima ola de crecimiento.
- **TRANSFORMANDO PARA CAPTURAR OPORTUNIDADES DE MERCADO:** Continuamos transformando nuestra empresa identificando y adoptando nuevas formas de complementar el crecimiento orgánico de nuestro negocio, capturando las oportunidades estratégicas que nos permitan crear valor en el largo plazo.
- **TRANSFORMANDO PARA ASEGURAR EL DESARROLLO SOSTENIBLE:** Adoptamos un enfoque holístico del desarrollo sostenible, abordando estratégicamente los temas relevantes que tienen mayor impacto en nuestro negocio. Con enfoque en tres áreas clave: nuestra gente, nuestra comunidad y nuestro planeta, nuestra visión es asegurar la sostenibilidad de nuestro negocio, transformando positivamente a nuestras comunidades a través de la creación de valor económico, social y ambiental.



Resultados del negocio

64-17a, 17b

Los principales resultados de negocio que obtuvimos en 2014 Coca-Cola FEMSA:

- En 2014, el volumen de ventas creció 6.6% a 3,417 millones de cajas unidad, representando 20,674 millones de transacciones en Latinoamérica.
- Los ingresos totales consolidados alcanzaron MX \$ 147,298 millones.
- La utilidad de operación consolidada fue de MX \$ 20,743 millones, y la utilidad neta atribuible a la participación controladora consolidada llegó a MX \$ 10,542 millones, resultando una utilidad de MX \$ 5.09 por acción.
- Sobre una base comparable y excluyendo los efectos de conversión de moneda, crecimos en ingresos, utilidad de operación y flujo operativo a un ritmo de doble dígito, expandiendo márgenes.

En 2014 tuvimos el privilegio de servir a más 351 millones de consumidores en nuestros mercados de Latinoamérica y Asia.

Impacto económico

G4-EC1

➤ Sueldos, salarios y prestaciones	18,759
➤ Dividendos	6,012
➤ Inversión en activos fijos	11,313
➤ Costo de ventas	78,916
➤ Impuestos	3,861
➤ Ingresos	147,298



Cifras en millones de pesos mexicanos.



Para más información sobre resultados de negocio, favor de consultar nuestro Informe Anual 2014.



Distinciones y reconocimientos

En septiembre de 2014 fuimos incluidos por segundo año consecutivo como parte del Índice de Mercados Emergentes del *Dow Jones Sustainability Index* y, como una seis de las compañías con mejor desempeño a nivel global en el sector de bebidas, fuimos incluidos en el Anuario de Sostenibilidad 2015 de RobecoSAM, la publicación más relevante en sostenibilidad corporativa a nivel internacional. Asimismo, fuimos reconocidos como *Industry Mover 2015* por RobecoSAM. Estos reconocimientos destacan dado que es la primera vez que una empresa mexicana participa en el Anuario de Sostenibilidad y también la primera vez que un corporativo mexicano recibe el reconocimiento de Sostenibilidad *Industry Mover*.



Adicionalmente durante 2014 recibimos los siguientes reconocimientos:

Operación	Nombre del reconocimiento	Entidad que lo otorga	Descripción del reconocimiento
 Argentina	Mejor práctica en Responsabilidad Social Empresarial 2014 Categoría: Alianzas Intersectoriales	Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)	Reconocimiento a la iniciativa Intervención Zavaleta que tiene por objetivo proveer servicios de agua corriente para las viviendas, desagües cloacales y red pluvial, así como el habilitamiento de espacios públicos recreativos. El proyecto fue desarrollado en coordinación con la Secretaría de Hábitat e Inclusión del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (SECHI) y la comunidad.
 Argentina	Premio al Liderazgo Sostenible	Cámara de Comercio Argentina Británica	Reconocimiento a Intervención Zavaleta. La distinción evalúa iniciativas que consideren en su desarrollo dimensiones ambientales, sociales y económicas.
 Brasil	Sello Ambiental	Federación de Industrias del Estado de Mato Grosso. Servicio Nacional de Aprendizaje Industrial	Evalúa el desempeño ambiental de establecimientos a través de gestión industrial e indicadores de funcionamiento.
 Brasil	Trofeo Nuestra Gente	Associação Mineira de Supermercados	Premio al mejor proveedor por la <i>Associação Mineira de Supermercados (AMIS)</i> .
 Brasil	II Premio Nacional de Sustentabilidad Legal Verde Ghaia	Verde Ghaia	Se otorga a las empresas más destacadas en la búsqueda de la excelencia en la gestión ambiental en sus procesos, productos y servicios.
 Colombia	Reconocimiento Policía Nacional Coordenadas para Vivir	Policía Nacional	Otorgado por el compromiso en la prevención de riesgos y desarrollo de habilidades para la vida de los niños beneficiarios de Coordinadas para Vivir.
 Colombia	Finalista Premio Responsabilidad Social Empresarial COMFAMILIAR	Caja de Compensación Familiar (COMFAMILIAR)	En la sexta versión del Premio Nacional de Responsabilidad Social COMFAMILIAR 2014 destacó el programa Coordinadas para Vivir como una de las mejores 12 iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial de empresas privadas.
 Colombia	Reconocimiento Las 100 empresas con mayor reputación	MERCO	Coca-Cola FEMSA fue reconocida en el ranking en el que se destacan las 100 empresas con mayor reputación durante el 2014. Lugar 14 en el ranking general y 5 en alimentos y bebidas.
 Colombia	Reconocimiento Empresa de los Sueños	Compañía de Talentos	6to lugar como Empresa de los Sueños de los Jóvenes en Colombia.

Operación	Nombre del reconocimiento	Entidad que lo otorga	Descripción del reconocimiento
 Colombia	Premio de Responsabilidad Social Empresarial Britcham Lazos 2014 Categoría: Grupos de Interés	Cámara de Comercio Colombo Británica	Reconocimiento especial en la categoría de Grupos de Interés con nuestro programa Coordinadas para Vivir.
 Colombia	Premios Portafolio Categoría: Protección del Medio Ambiente	Portafolio	Busca destacar casos de éxito en innovación, responsabilidad social empresarial, aportes a la comunidad, gestión del recurso humano, entre otros. En 2014, obtuvimos mención de honor en la categoría de Protección del Medio Ambiente con el programa Fondos de Agua.
 Costa Rica	Distinción: Contribución en la Conservación Medio Ambiente	Dirección Área Rectora Salud Ministerio Salud de Goicoechea y Dirección Gestión	Ambiental Municipalidad Goicoechea Contribución con la conservación del medio ambiente y a mejorar la calidad de vida de la población del Cantón de Goicoechea, por medio del apoyo en la debida recolección y manejo de desechos sólidos.
 Costa Rica	Distinción: Participación en proyectos contribuyentes al fortalecimiento de la educación	Ministerio de Educación (MEP)	Apoyo brindado en la ejecución de proyectos e iniciativas que han contribuido al fortalecimiento de la educación, principalmente por el programa Apúntate a Jugar.
 Costa Rica	Distinción: Participación Feria Ambiental MINAE	Ministerio de Ambiente y Energía (MINAE)	Participación y patrocinio en la Feria Ambiental del MINAE en el marco de la celebración del mes del ambiente.
 Costa Rica	Premio Percepción de Marca en Responsabilidad Social Empresarial	Revista Mercados y Tendencias	Primer lugar en ranking de percepción de marca de Responsabilidad Social Empresarial según los costarricenses.
 México	Empresa Socialmente Responsable (ESR)	Centro Mexicana para la Filantropía (CEMEFI)	Décima ocasión que recibimos el Distintivo por prácticas en temas de Calidad de Vida, Ética Empresarial, Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial, Vinculación con la Comunidad y Cuidado/ Preservación del Medio Ambiente.
 México	Transporte Limpio	Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT)	Evaluación y reconocimientos en temas de gestión ambiental en transportes.
 México	Premio Nacional de Seguridad Vial	Asociación Nacional de Transporte Privado (ANTP)	Reconocimiento a prácticas de transporte seguro y eficiente.
 México	Mejor Contribución en Responsabilidad Social al Centro de Contacto Coca-Cola FEMSA	Instituto Mexicano de Teleservicios (IMT)	Reconocimiento a prácticas relacionadas con vinculación de la comunidad.
 México	Empresa Socialmente Responsable	Revista VALORES	Reconocimiento a desempeño en Responsabilidad Social.
 Venezuela	V Premio Anual Eco-eficiencia y Energía Limpia	Vitalis	Empresa con mejor uso responsable del agua.



Gobierno corporativo

64-1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9 y 10

Coca-Cola FEMSA cuenta con sólidos estándares de gobierno corporativo y calidad en la divulgación de información. Estamos entre los líderes en el cumplimiento del Código de Mejores Prácticas Corporativas establecidas por el Consejo Coordinador Empresarial de México. En nuestras nuevas operaciones hemos aplicado los mismos estándares y continuaremos haciéndolo. Consideramos que la independencia de nuestros consejeros es una invaluable contribución para el proceso de toma de decisiones en nuestra compañía y la protección de nuestros accionistas.

En nuestro sitio de internet (www.coca-colafemsa.com), se encuentra una lista de las principales diferencias entre nuestras prácticas de gobierno corporativo determinadas por las autoridades regulatorias mexicanas y las utilizadas por compañías establecidas en los Estados Unidos de América de acuerdo a los estándares de la bolsa de valores de Nueva York (NYSE por sus siglas en inglés).

Consejo de Administración

La administración de nuestra compañía recae en su Consejo de Administración y en nuestro Director General. Los estatutos de la compañía establecen que el consejo de administración se reunirá al menos 4 veces al año y estará integrado por 21 consejeros nombrados por la asamblea anual ordinaria de accionistas, por periodos prorrogables de un año. Nuestro consejo de administración consta actualmente de 21 consejeros y de 18 consejeros suplentes. Los consejeros son electos de la siguiente manera: trece consejeros y sus respectivos consejeros suplentes son designados por los accionistas de la Serie A votando como una clase; cinco consejeros y sus respectivos consejeros suplentes son elegidos por los accionistas de Serie D votando como una clase y; tres consejeros y sus respectivos consejeros suplentes son elegidos por los accionistas de la Serie L (incluyendo los tenedores de los ADSs), votando como una sola clase. Los consejeros sólo pueden ser electos por la mayoría de los accionistas de las series correspondientes votando como una clase.

En nuestra asamblea de accionistas del pasado 6 de marzo de 2014 se eligieron a los siguientes consejeros: 13 consejeros y sus respectivos suplentes fueron nombrados o confirmados por los accionistas de la Serie A; cinco consejeros y sus respectivos suplentes fueron nombrados o confirmados por los accionistas de la Serie D y; tres consejeros y sus respectivos suplentes fueron nombrados o confirmados por los accionistas de la Serie L.

Miembros

Consejeros nombrados por los Accionistas Serie A

José Antonio Fernández Carbajal

Presidente del Consejo de Administración de Coca-Cola FEMSA

Presidente Ejecutivo del Consejo de Administración de FEMSA

22 años como Consejero

Suplente: Mariana Garza Lagüera Gonda

Alfonso Garza Garza

Director de Negocios Estratégicos de FEMSA

19 años como Consejero

Suplente: Eva María Garza Lagüera Gonda

Carlos Salazar Lomelín

Director General de FEMSA

14 años como Consejero

Suplente: Max Michel González

Ricardo Guajardo Touché

Presidente del Consejo de Administración, SOLFI, S.A.

22 años como Consejero

Suplente: Eduardo Padilla Silva

Paulina Garza Lagüera Gonda

Inversionista Privado

5 años como Consejero

Federico Reyes García

Director de Desarrollo Corporativo de FEMSA
23 años como Consejero
Suplente: Alejandro Bailleres Gual

Javier Gerardo Astaburuaga Sanjines

Director Corporativo y Director de Finanzas y Administración de FEMSA
9 años como Consejero
Suplente: Francisco José Calderón Rojas

Alfonso González Migoya ¹

Presidente del Consejo y Director General de Grupo Industrial Saltillo, S.A.B. de C.V.
9 años como Consejero
Suplente: Ernesto Cruz Velázquez de León

Daniel Servitje Montull ¹

Director del Consejo y Director General de Grupo Bimbo
17 años como Consejero
Suplente: Sergio Deschamps Ebergenyi

Enrique F. Senior Hernández

Director de Administración de Allen & Company
11 años como Consejero
Suplente: Herbert Allen III

José Luis Cutrale

Director General de Sucrofructo Cutrale, Ltda.
11 años como Consejero
Suplente: José Luis Cutrale Jr

Alfredo Livas Cantú

Inversionista Privado
1 año como Consejero

John Anthony Santa María Otazua

Director General Ejecutivo de Coca-Cola FEMSA
1 año como Consejero
Suplente: Héctor Treviño

Consejeros nombrados por los Accionistas Serie D**Gary Fayard**

Director de Finanzas y Administración de *The Coca-Cola Company*
12 años como Consejero
Suplente: Wendy Clark

Irial Finan

Presidente de Inversiones en Embotelladores y Cadena de Suministro de *The Coca-Cola Company*
11 años como Consejero
Suplente: Sunil Ghatnekar

Charles H. McTier ¹

Presidente de la Fundación Robert W. Woodruff
17 años como Consejero

Bárbara Garza Lagüera Gonda

Inversionista Privado
14 años como Consejero
Suplente: Kathy Waller

Marie Quintero-Johnson

Vicepresidenta de Fusiones y Adquisiciones de *The Coca-Cola Company*
3 años como Consejero
Suplente: Gloria Bowden

Consejeros nombrados por los Accionistas Serie L**Robert A. Fleishman Cahn**

Director General de Grupo Tampico S.A. de C.V.
3 años como Consejero
Suplente: Herman Harris Fleishman Cahn

José Manuel Canal Hernando ¹

Consultor Privado
12 años como Consejero
Suplente: Helmut Paul

Francisco Zambrano Rodríguez ¹

Director General de Desarrollo de Fondos Inmobiliarios, S.A. de C.V. (DFI) y Vicepresidente de Desarrollos Inmobiliarios y de Valores, S.A. de C.V. (DIV)
12 años como Consejero
Suplente: Karl Frei Buechi

Secretario**Carlos Eduardo Aldrete Ancira**

Director Legal de FEMSA
21 años como Secretario
Suplente: Carlos Luis Díaz Sáenz

¹ Independiente

Comités

Comité de Finanzas y Planeación

El Comité de Finanzas y Planeación trabaja junto con la administración para determinar el plan estratégico y financiero anual y de largo plazo, y revisa la adherencia a estos planes. El Comité es responsable de determinar la estructura de capital óptima de la compañía y recomienda los niveles de endeudamiento apropiados, así como la emisión de acciones y/o deuda. Adicionalmente el Comité de Finanzas y Planeación es responsable de la administración de riesgos financieros. Irial Finan es el presidente del Comité de Finanzas y Planeación. Los otros miembros de este Comité incluyen a: Federico Reyes García, Ricardo Guajardo Touché y Enrique Senior Hernández. El secretario del Comité de Finanzas y Planeación, es Héctor Treviño Gutiérrez, nuestro Director de Finanzas.

Comité de Auditoría

El Comité de Auditoría está compuesto de cuatro miembros con un escrito de carta patente. Cada miembro de este Comité es un consejero independiente de acuerdo con la Ley del Mercado de Valores de México y los estándares aplicables para cotizar en el Mercado de Valores de Estados Unidos (*New York Stock Exchange*). Este Comité es responsable de revisar la confiabilidad e integridad de la información financiera trimestral y anual de acuerdo con los requisitos contables, de control interno y de auditoría. De igual forma es responsable directamente del nombramiento, compensación, retención y supervisión de los auditores independientes, los cuales reportan directamente al Comité de Auditoría. La función de auditoría interna también reporta directamente al Comité de Auditoría. Este Comité ha implementado procesos para recibir, retener y responder quejas en relación con asuntos contables, de control interno y de auditoría, incluyendo la presentación de quejas confidenciales y anónimas por parte de empleados en relación a asuntos contables y de auditoría cuestionables. José Manuel Canal Hernando es el presidente del Comité de Auditoría, así como el experto financiero. De conformidad con la Ley del Mercado de Valores de México, el presidente del Comité de Auditoría es designado por nuestra Asamblea de Accionistas. Los otros miembros del Comité son: Alfonso González Migoya, Charles H. McTier, Francisco Zambrano Rodríguez y Ernesto Cruz Velázquez de León. José González Ornelas, Director de Control de Operaciones y Auditoría de FEMSA es el secretario del Comité de Auditoría, sin ser miembro del Consejo de Administración.

Comité de Prácticas Societarias

El Comité de Prácticas Societarias está integrado exclusivamente por consejeros independientes y es responsable de prevenir o reducir el riesgo de realizar operaciones que pudieran dañar el valor de nuestra compañía o que beneficien a un grupo particular de accionistas. El Comité puede convocar a una Asamblea de Accionistas e incluir temas en el orden del día de esa reunión que consideren apropiados, así como aprobar políticas sobre transacciones con partes relacionadas, el plan de compensación del Director General y otros directivos relevantes y apoyar a nuestro Consejo de Administración en la elaboración de ciertos reportes. El presidente del Comité de Prácticas Societarias es Daniel Servitje Montull. De conformidad con la Ley de Mercado de Valores de México, el presidente del Comité de Prácticas Societarias es designado por nuestra Asamblea de Accionistas. Los otros miembros del Comité son: Alfredo Livas Cantú y Karl Frei Buechi. Los secretarios del Comité de Prácticas Societarias, son Gary Fayard y Javier Astaburuaga Sanjines.



Código de ética de negocios

G4-B, S02, S03, S04, S05, S06, S07, S08 y PR8

El Código de Ética de Negocios de Coca-Cola FEMSA, alineado a nuestra misión y visión, es una pieza central de la cultura organizacional pues a través de éste incorporamos principios y valores a nuestras tareas cotidianas. Nuestro Código de Ética debe ser conocido por todos los colaboradores o cualquier persona que preste servicios en la empresa, por ello es entregado en formato impreso a todos los nuevos integrantes de la compañía durante su curso de inducción y se encuentra disponible en la página web de uso interno de Coca-Cola FEMSA, en el apartado de Gobierno Corporativo, en donde se encuentra también el compendio de nuestras 89 políticas que dirigen nuestro actuar.



Nuestro Código de Ética, disponible en tres idiomas –español, inglés y portugués– tiene como principal objetivo el regular el comportamiento ético de nuestro personal, directivos, consejeros y accionistas, hacia todos nuestros grupos de interés para tener un trato equitativo, fomentar la libre competencia, evitar la discriminación, impulsar la honestidad en todas nuestras relaciones y cumplir con debida diligencia las regulaciones y ordenamientos legales de los países en los que operamos.

De igual manera, a través del Código de Ética promovemos un espíritu de cooperación y diálogo con las autoridades fomentando una estricta política anticorrupción en todos los niveles y regulando la participación y contribución de la empresa con partidos políticos. En caso de violaciones al Código de Ética, se tienen determinadas las respectivas sanciones que pueden ir desde un plan de corrección, actas administrativas, despidos e incluso denuncias ante las autoridades competentes.

Capacitación en temas del Código de Ética

Durante 2014 impartimos 71,420 horas de capacitación para reforzar los comportamientos y temas relacionados al Código de Ética: Derechos Humanos (71.4%), Ética y Anticorrupción (19.8%) y Cultura de la Legalidad (8.8%).

Cumplimiento del Código de Ética

Como parte de los procesos anuales se realiza un envío de Declaración de Cumplimiento al Código de Ética de Negocio, en el que participan todos nuestros colaboradores, a fin de determinar cualquier incumplimiento y detectar posibles riesgos relacionados.

Protección de datos personales

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

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

Sistema de Denuncias

G4-S04, HR3, HR4, HR9, HR10 y HR11

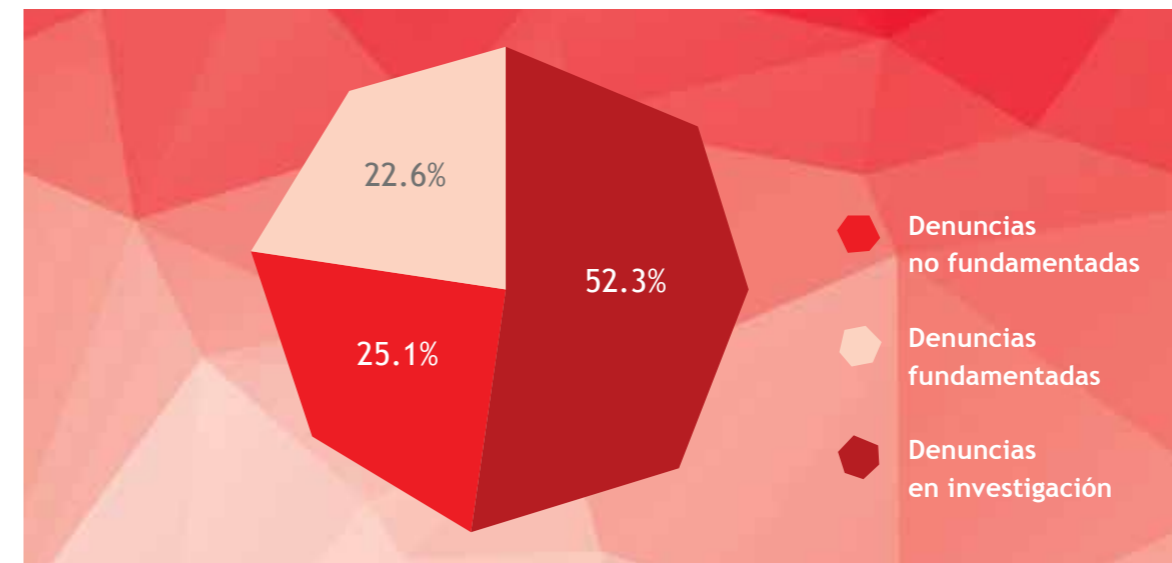
Ocupados por el bienestar integral de todas las personas que colaboran en Coca-Cola FEMSA, contamos con un eficaz sistema de comunicación de conductas contrarias a nuestro Código de Ética o que atenten contra la dignidad humana. El Sistema de Denuncias de

Coca-Cola FEMSA, conocido internamente como DILO, cuenta con diversos canales de comunicación tales como: línea telefónica gratuita, correo electrónico y mensajería instantánea, a través de los cuales se pueden presentar denuncias de forma confidencial.

En esta materia, Coca-Cola FEMSA brinda toda la información necesaria a sus colaboradores en todas las operaciones a partir de campañas de difusión en diversos espacios internos que nos ayudan a garantizar que el personal se mantenga informado sobre el uso de este sistema.

Cabe mencionar que, ampliando el alcance de nuestra conducta ética, el Sistema de Denuncias se ha habilitado para que los proveedores de la empresa también tengan acceso al mismo y se puedan denunciar violaciones relacionadas con nuestras políticas, Código de Ética de Negocios o acciones que puedan poner en riesgo el cumplimiento a las garantías de derechos humanos como trabajo infantil, trabajo forzado y libertad de asociación.

En 2014 se recibieron un total de 1,117 denuncias a través de los diversos canales del Sistema, de las cuales, 281 fueron denuncias fundamentadas, 584 se encuentran en investigación y 281 fueron descartadas como denuncias no fundamentadas al cierre de este informe. En materia de violaciones a los derechos humanos, libertad de asociación, trabajo infantil y trabajo forzado no se presentaron denuncias y, en materia de discriminación, se presentaron un total de diez denuncias; tres de ellas no fueron fundamentadas, dos se resolvieron y cinco se encuentran en investigación.












Participación empresarial

G4-13

Reconociéndonos como parte integrante del desarrollo armónico y sostenible de nuestras comunidades, participamos activamente en diversos organismos y asociaciones empresariales que buscan el impulso de la iniciativa privada como motor de cambio y transformación. En 2014 tuvimos oportunidad de colaborar en las siguientes asociaciones:

Asociaciones en las que participamos en el Órgano de Gobierno

	Argentina	Asociación de Fabricantes Argentinos de Coca-Cola (AFACC) Cámara de Comercio Argentino Mexicana Cámara Argentina de la Industria de Bebidas sin Alcohol
	Brasil	<i>Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas Não Alcoólicas (ABIR)</i> <i>Associação Paulista de Supermercado (APAS)</i> <i>Associação Brasileira de Indústria de Água Mineral (ABINAN/SINDNAN)</i> <i>Sindicato das Indústrias de Bebidas do Estado do Paraná (Sindibebidas)</i> <i>Câmara Mexicana de Comércio</i>
	Colombia	Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI)
	Nicaragua	Cámara Comercio Nicaragua México
	Guatemala	Gremial de Embotelladores de Guatemala
	México	Asociación de Embotelladores Coca-Cola (ASCOCA) Cámara de la Industria de la Transformación (CANACINTRA) Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX) Ecología y Compromiso Empresarial, A.C.(ECOCE) Confederación de Cámaras Industriales (CONCAMIN) Comisión de Estudios para el Desarrollo Sustentable del Consejo Coordinador Empresarial (CESPEDES) Iniciativa GEMI (Global Environmental Management Initiative) World Environment Center (WEC) Consejo Mexicano de la Industria de Productos de Consumo (ConMéxico) Fondo Mexicano para la Conservación de la Naturaleza (FMCN)
	Venezuela	Asociación Nacional de Bebidas Refrescantes (ANBER) Cámara Venezolana de la Industria de Alimentos (CAVIDEA) Cámara de Comercio e Industria Venezolana Mexicana (CAVEMEX)

Asociaciones en las que participamos sin formar parte del Órgano de Gobierno

	Argentina	Coordinadora de las Industrias de Productos Alimenticios (COPAL)
	Brasil	<i>Compromisso Empresarial para a Reciclagem (CEMPRE)</i> <i>Associação Internacional voltada para o marketing no varejo (POPAl)</i> <i>Associação Brasileira dos Anunciantes (ABA)</i>
	Colombia	Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO), Bogotá Asociación de Industriales de Tocancipá (ASIENORTE)
	Costa Rica	Asociación de Empresarios para el Desarrollo (AED) Cámara Industrias Costa Rica Cámara Costarricense de Industria Alimentaria (CACIA) American Chamber Costa Rica (AMCHAM) Cámara Comercio Costa Rica México Unión Costarricense de Cámaras y Asociación Sector Empresarial (UCCAEP)
	Guatemala	Cámara Industrias de Guatemala Gremial de Alimentos de Guatemala Cámara Comercio de Guatemala American Chamber (AMCHAM) Guatemala Cámara Comercio e Industrias Guatemala México
	Panamá	Cámara Comercio Panamá Sindicato de Industriales de Panamá Cámara Comercio e Industria Panamá México
	México	Consejo Coordinador Empresarial (CCE) Asociación Nacional de Productores de Refrescos y Aguas (ANPRAC) Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)
	Nicaragua	Cámara Comercio Nicaragua Cámara Industrias Nicaragua American Chamber (Amcham) Nicaragua
	Venezuela	Cámara Venezolana Americana de Comercio e Industria (Venancham) Asociación de Industriales y Comerciantes de los Cortijos y los Ruices (ASICOR)

Tiempos de transformación



Nuestros productos

- Portafolio de productos
- Mercadotecnia responsable

En Coca-Cola FEMSA tenemos un amplio portafolio de productos de *The Coca-Cola Company*, con 112 marcas líderes en categorías de bebidas: carbonatadas, no carbonatadas, agua, jugos, isotónicos, té, bebidas vitaminadas y energéticas, lácteos y café, para ofrecer a nuestros clientes y consumidores un producto adecuado a su estilo de vida y para cada ocasión de consumo.

Contamos con bebidas y presentaciones que se adaptan a cada estilo de vida, gusto y ocasión de nuestros consumidores basándonos en requerimientos individuales y en un estricto sentido de la calidad.

De nuestra oferta de bebidas, el 19.9% corresponde a productos reducidos o sin calorías, el 3.4% a bebidas vitaminadas, fibras, minerales o suplementos nutricionales agregados y 5 marcas cuentan con ambas cualidades.

Para Coca-Cola FEMSA es muy importante garantizar la calidad a lo largo de todo el ciclo de vida de nuestros productos. Por ello, como parte del Sistema Coca-Cola, operamos de acuerdo a los Requerimientos Operativos de Coca-Cola (KORE por sus siglas en inglés) que garantiza que los productos cumplan con los más altos estándares en salud y seguridad. Así mismo, trabajamos para garantizar que los ingredientes, materiales y procesos empleados para la elaboración de nuestros productos sean correctos y cuidemos los impactos propios de la industria embotelladora, que pudieran ser generados por los procesos de producción, empaque, distribución, venta y manejo de residuos post-consumo.

De igual forma, trabajamos bajo el Sistema de Gestión de Inocuidad Alimentaria que nos permite garantizar el cumplimiento legal de los países en los que operamos. En consistencia, el 95%¹ de nuestras plantas cuenta con la certificación FSSC22000, que engloba los estándares para garantizar la inocuidad y seguridad alimentaria de nuestros procesos y productos.

Así mismo, contamos con canales de diálogo permanente mediante los cuales nos comunicamos con nuestros grupos de interés para dar tratamiento a cualquier tipo de inquietud sobre nuestros productos (ver sección Grupos de Interés y Canales de Diálogo dentro de este mismo informe).

Portafolio de productos



Coca-Cola

Es el producto que nos da origen y la marca más reconocida del mundo con 127 años de existencia en el mercado y una icónica botella que en 2015 cumple sus primeros 100 años.

¹ Al cierre de este informe tres de nuestras plantas están en proceso de certificación debido a nueva apertura, cierre o programación de auditoría para el año 2016.



Bebidas carbonatadas de sabores

Ofrecemos una gran variedad de bebidas carbonatadas de distintos sabores y presentaciones. Fanta, Sprite, Kola Roman, Royal y Sidral Mundet son algunas de nuestras bebidas más relevantes en el mercado, mientras que Sidral Mundet Light, Fanta Zero y Fresca Zero también cobran relevancia en el mercado no calórico. Así mismo contamos con marcas regionales de gran tradición como son Victoria, Escuis, Ameyal y Yoli.

Agua natural y saborizada

Por medio de nuestros productos libres de sodio, ofrecemos hidratación de la más alta calidad, manejando marcas como Ciel, Brisa, Bonaqua y Dasani. Contamos también con aguas carbonatadas que ofrecen una experiencia única a nuestro consumidor en marcas como Ciel Mineralizada, Schweppes, Viva Mineral y Bonaqua con Gas.



Jugos, néctares y bebidas a base de jugos

Nuestra línea de jugos, elaborados 100% con frutas cuidadosamente seleccionadas, cumple con estándares internacionales de calidad. Contamos con marcas como Minute Maid y Jugos del Valle con su variación de sabores en naranja, toronja, manzana, mango, piña y uva. También disponemos de bebidas a base de jugo, como Frutsi en México, Cepita en Argentina y Del Valle Frut en diferentes países. Todas estas bebidas contribuyen a la hidratación, cuentan con jugo y están fortificadas con vitaminas.

Té

El té listo para beber que fusiona las bondades del té con el jugo de fruta sin conservadores ni colorantes artificiales. Este producto está disponible como té negro, verde o blanco y con opciones light. FUZE Tea es la primer marca de té global de *The Coca-Cola Company*, naciendo en 20 países simultáneamente.





Bebidas Isotónicas

Ideales para tomarse antes, durante y después de realizar actividad física. El balance adecuado de electrolitos contenidos en esta bebida permite al organismo hidratarse con mayor facilidad y reemplazar las sales que se pierden durante el ejercicio. Nuestra marca de Powerade está disponible en sabores como Moras, Frutos Rojos, además de poder disfrutar con la innovación de Powerade Zero, la versión sin calorías.

Bebidas Vitaminadas

Glacéau VitaminWater es agua purificada con gran sabor, hecha a partir de ingredientes naturales y enriquecidos con vitaminas. Se define como una bebida diferente, con beneficios funcionales para enfrentar el día a día lleno de energía y se puede encontrar en seis versiones: Restore, Energy, Power-C, Vital, Revitalize, XXX y XXX Zero, la versión sin calorías.



Café

Hecho a base de granos de café de alta calidad tostado y molido. Está disponible para deleitar a nuestros consumidores en ocho sabores americano, capuchino, capuchino vainilla, mokachino, latte, latte vainilla, latte moka y chocolate en presentaciones de 10 oz y 14 oz.

Bebidas energéticas

Esta categoría disponible en marcas como Burn son bebidas fortificadas con taurina y vitaminas del complejo B, que pueden disfrutarse en cualquier momento del día además de que ayudan a dar un impulso cuando llega el cansancio o simplemente cuando se requiere de más energía para seguir con las actividades.



Lácteos

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



Mercadotecnia responsable

G4-20, 21, PR3, PR4, PR6, PR7, PR9 y FP8

Comprometidos con el bienestar de nuestros consumidores, en Coca-Cola FEMSA tenemos estrictos estándares de mercadotecnia que nos permiten llegar a nuestros clientes y consumidores meta con el producto y el empaque adecuado. El 36% de nuestro portafolio de marcas y extensiones de línea está integrado por bebidas bajas o sin calorías. Nuestra comunicación dirigida a población infantil y juvenil es elaborada conforme a recomendaciones hechas por organismos de regulación publicitaria como el Código para la Autorregulación de Publicidad de Alimentos y Bebidas no Alcohólicas dirigida al Público Infantil en México (Código PABI), así como las políticas de Mercadotecnia Responsable y de venta en centros educativos de *The Coca-Cola Company*.

Ejemplo de lo anterior son las Guías Diarias de Alimentación (GDA), las cuales se establecen para que nuestros consumidores tengan información suficiente para planear una dieta correcta de acuerdo a sus necesidades y balance de estilo de vida.

Las GDA son gráficas que nos informan sobre el contenido de calorías, azúcares, grasas totales, grasas saturadas y sodio en un producto, así como el porcentaje de consumo recomendado de estos ingredientes, en una dieta diaria de 2,000 calorías¹. Su diseño está pensado para que las personas lo ubiquen fácilmente y para que su comprensión sea sencilla. Esto les permitirá hacer elecciones informadas y decidir cuándo, cuánto y cómo cubrir las necesidades diarias de estos nutrimentos.



Satisfacción del cliente

G4-PR5

En Coca-Cola FEMSA, a través de nuestra misión de "satisfacer con excelencia al consumidor de bebidas", estamos comprometidos con la satisfacción de nuestros clientes y consumidores. Por ello, de manera frecuente elaboramos estudios e investigaciones de mercado para conocer su nivel de satisfacción considerando variables propias de cada localidad en donde operamos.

¹ Contenido de los GDA's puede variar dependiendo el país y su legislación vigente.

Tiempos de
transformación



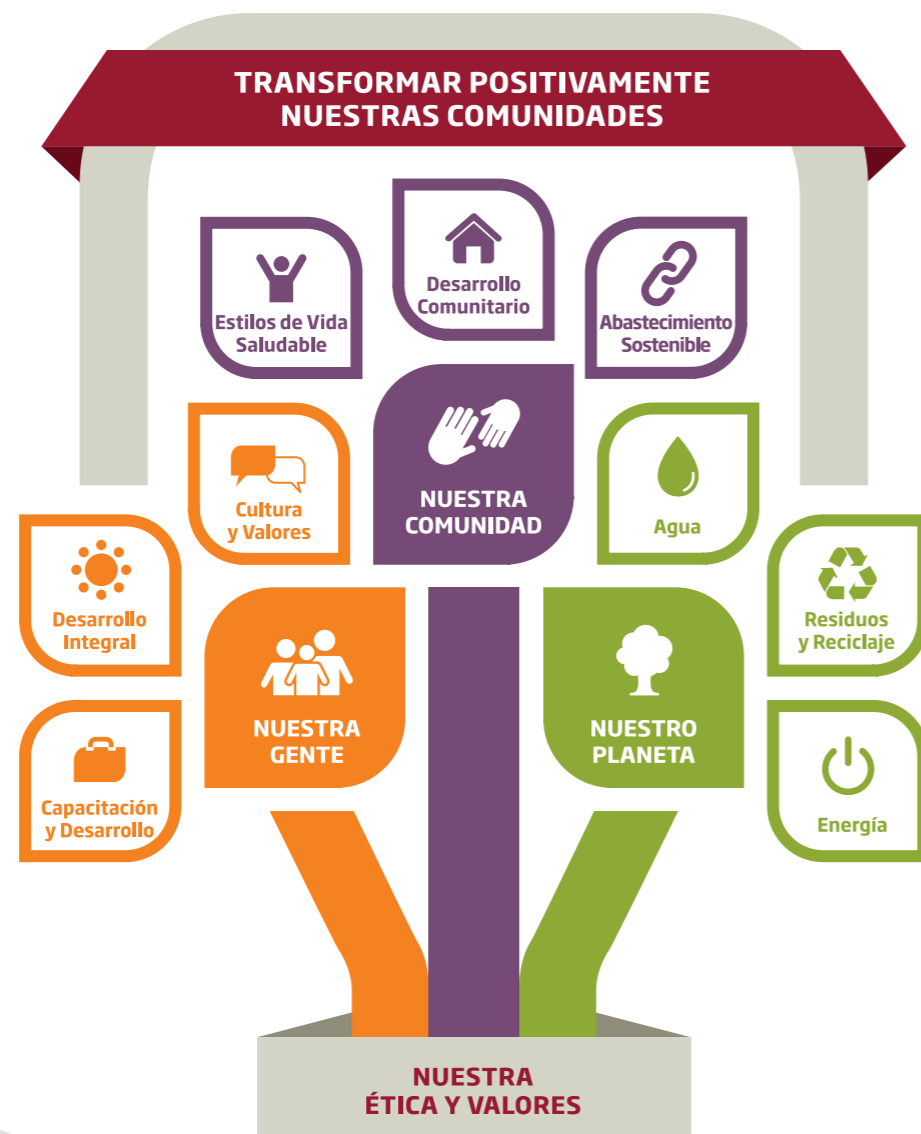
Estrategia de sostenibilidad

- Estudio de materialidad
- Compromiso con grupos de interés y canales de diálogo
- Metas 2020

En Coca-Cola FEMSA, la sostenibilidad está integrada en nuestro Marco Estratégico de Negocio que alinea nuestras acciones para lograr nuestros objetivos y la transformación que requerimos para hacer frente a los retos de nuestro entorno así como la gestión de nuestros grupos de interés.

Contamos con una Estrategia de Sostenibilidad alineada con los objetivos de nuestros socios: FEMSA y *The Coca-Cola Company*, con la visión de transformar positivamente nuestras comunidades y ordenar nuestras acciones basados en la ética y valores.

Alineamos nuestras acciones mediante tres ejes estratégicos: Nuestra Gente, Nuestra Comunidad y Nuestro Planeta, que hacen posible que, a través de diversos programas e iniciativas con sentido de negocio, podamos contribuir a generar valor económico, social y ambiental en las comunidades donde operamos y para todas nuestras partes interesadas.



Nuestra Gente

- Reforzar la cultura y los valores de cada unidad de negocios mediante mecanismos de promoción, así como también de identificación y respuesta a incumplimientos.
- Ofrecer programas de beneficio enfocados al desarrollo integral de nuestros colaboradores y sus familias.
- Facilitar los medios de capacitación, desarrollo profesional y seguridad en nuestras operaciones.

Nuestra Comunidad

- Promover estilos de vida saludables y satisfacer con excelencia a nuestros consumidores con un amplio portafolio de productos.
- Desarrollar iniciativas y proyectos que impacten positivamente a la comunidad.
- Trabajar con proveedores para reducir los impactos ambientales y mejorar las condiciones sociales de nuestra cadena de valor.

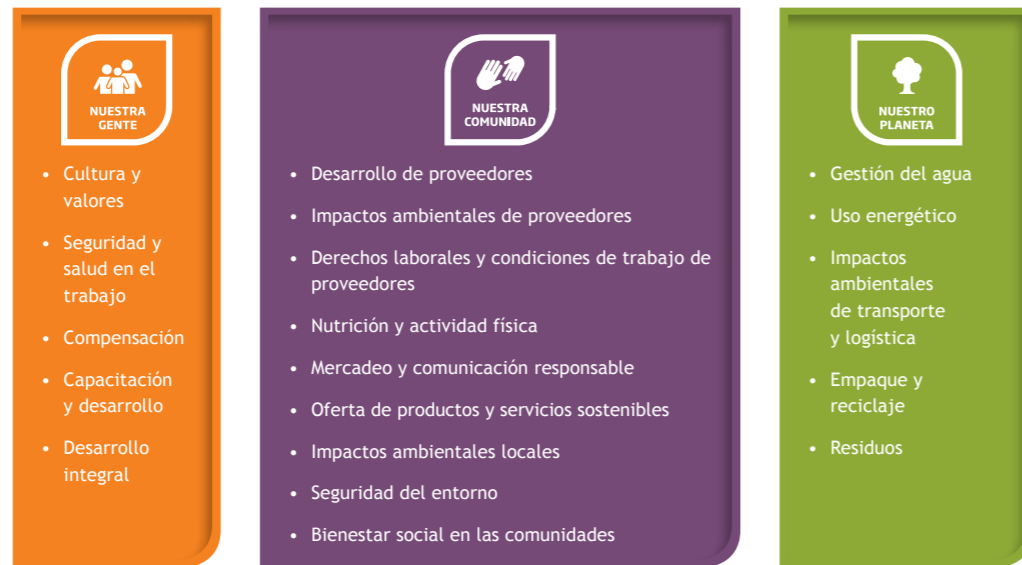
Nuestro Planeta

- Aumentar la eficiencia de uso de agua en nuestras operaciones, promover el reciclaje y reúso del recurso, tratar las aguas residuales y actuar en la conservación del recurso en las cuencas hidrológicas, bajo una visión de largo plazo.
- Generar mecanismos que aumenten la eficiencia en el uso de materiales, promover su óptima disposición y el reciclaje.
- Incrementar la eficiencia energética de nuestras operaciones, diversificar el portafolio energético y mejorar la eficiencia de transporte.

Política de sostenibilidad

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

Temas de enfoque de Coca-Cola FEMSA



Estudio de materialidad

64-5, 16, 18, 19, 20 y 21

En Coca-Cola FEMSA entendemos a la materialidad como la identificación de asuntos relevantes para el éxito del negocio y para sus grupos de interés, así como el cúmulo de expectativas que se tienen respecto a la gestión de la empresa.

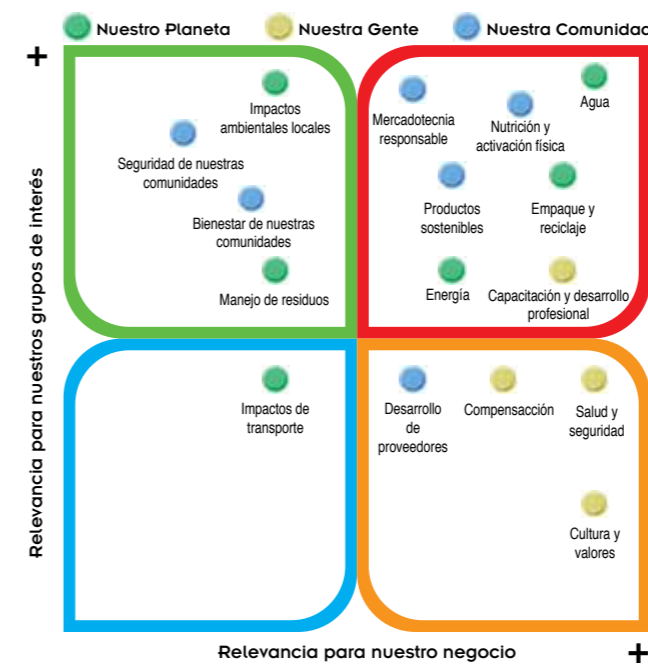
De esta forma, para actuar en consistencia con los asuntos relevantes a través de nuestra Estrategia de Sostenibilidad y con el objetivo de maximizar el impacto positivo de nuestras acciones, seguimos considerando los ejercicios de consulta y diálogo realizados durante 2012 y 2013 para identificar los asuntos relevantes o materiales para la empresa y para nuestros grupos de interés.

Las acciones emprendidas en los ejercicios de consulta y diálogo comentados fueron, entre otras, identificación de mejores prácticas a nivel global, entrevistas a ejecutivos clave, diálogos con representantes de grupos de interés externos, así como diálogos con expertos en sostenibilidad y con colaboradores.

Dichos temas materiales se agruparon mediante un eje base, tres ejes rectores, nueve áreas de acción y diecinueve temas de enfoque.

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

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



Con base en lo anterior, los temas estratégicos de mayor relevancia tanto para la empresa como para los grupos de interés son:

64-18, 19, 20 y 21

Eje de sostenibilidad	Asunto Material	Alcance interno	Alcance externo
Nuestro Planeta	Agua	●	●
	Empaque y reciclaje	●	●
	Energía	●	●
Nuestra Comunidad	Nutrición y activación física	●	●
	Productos sostenibles	●	●
	Mercadotecnia responsable	●	●
Nuestra Gente	Capacitación y desarrollo profesional	●	

Nota: La gestión de la empresa en todos estos temas se reporta a lo largo del informe en sus respectivos capítulos.



➔ Compromiso con grupos de interés y canales de diálogo

G4-14, 15, 17, 19, 24, 25, 26, 27, LA5 y PR5

En Coca-Cola FEMSA nuestros grupos de interés son parte fundamental en nuestro propósito de generación de valor tanto para nuestro negocio como para nuestras comunidades. Por ello los hemos identificado tomando como base el impacto que tenemos a través de nuestras operaciones, así como el interés que muestran en nuestras actividades de negocio.

Adicionalmente, contamos con canales de comunicación formales para conocer proactivamente las expectativas de nuestros grupos de interés, así como comunicar las acciones que se realizan para mantener una buena relación con ellos.

Canales de diálogo

Para nosotros resulta indispensable conocer a nuestros grupos de interés de manera cercana. Hemos establecido distintos canales que nos permiten intercambiar y mantener una comunicación constante, mediante el diálogo constructivo y la transparencia. De esta forma transmitimos información en ambas direcciones. Eso nos permite desarrollar iniciativas que mejoran la relación y aseguran el desarrollo sostenible de las comunidades a través de estudios que nos ayudan a conocer sus necesidades así como los posibles impactos de nuestra operación.

En el caso de nuestros colaboradores, contamos con un área funcional de comunicación que se encarga de mantener informado al personal sobre temas relevantes y cambios organizacionales relevantes en la compañía. En el rubro de contratos colectivos, dependiendo el asunto y bajo la regulación laboral, se determina el preaviso. Como práctica laboral y en apego al marco regulatorio vigente, se cumple con los preavisos de cambios organizaciones al personal sindicalizado.

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

	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 y Asuntos Corporativos.	Proyectos conjuntos, asesoría académica, investigación, capacitación.

● Permanente ● Anual ● Variable



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

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

Para dar respuesta al tema de desempeño medio ambiental, atendemos el requerimiento de información a través de los Informes de Sostenibilidad, en donde se da seguimiento a indicadores de desempeño, mostrando nuestro avance y acciones emprendidas para mejorarlo. De manera voluntaria y confidencial, reportamos las emisiones de CO_{2(eq)} de nuestras operaciones a través de *Carbon Disclosure Project*, así como también en México reportamos nuestras emisiones de gases de efecto invernadero a través de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) con el Reporte de Emisión de Gases de Efecto Invernadero.

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

Como Sistema Coca-Cola contamos con un centro de contacto en el que damos atención a nuestros clientes y consumidores finales, por medio de la Línea 01-800 Hola Coca-Cola.

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

Metas 2020

Como un reflejo de nuestra renovada visión de negocio de ser la mejor empresa global en comercializar marcas líderes de bebidas y generar valor económico, social y ambiental simultáneamente, durante 2014 definimos metas de largo plazo en función de nuestros objetivos de negocio, Estrategia de Sostenibilidad, temas de materialidad, gestión de riesgos y diálogo con nuestros grupos de interés. Estas metas serán foco de nuestra gestión de sostenibilidad entre 2015 y 2020.



Eje	Área de Acción	Meta	Métrica
NUESTRA GENTE	Desarrollo Integral	Generar 1,000,000 de horas de voluntariado del 2015 al 2020.	Horas de voluntariado
	Estilos de Vida Saludable	Beneficiar a 5,000,000 de personas a través de nuestros programas e iniciativas que promuevan nutrición y activación física del 2015 al 2020.	Número de personas beneficiadas
NUESTRA COMUNIDAD	Desarrollo Comunitario	Fortalecer iniciativas de sostenibilidad social y ambiental en Plantas y Centros de Distribución prioritarios para el 2020.	100% de Plantas y Centros de Distribución prioritarios con un programa de licencia social
	Agua	Aumentar nuestra eficiencia en uso de agua a 1.5 litros de agua por litros de bebida producida para el 2020.	Litros de agua por litro de bebida producido
NUESTRO PLANETA	Agua	Regresar a nuestras comunidades y su medio ambiente la misma cantidad de agua utilizada en nuestras bebidas para el 2020.	Litros de agua retornados
	Energía	Proveer el 85% de la energía en manufactura en México con energías limpias en el 2020.	Porcentaje de energía limpia contra energía total consumida en manufactura
	Energía	Reducir en 20% la huella de carbono de nuestra cadena de valor para el 2020.	Porcentaje de reducción de gramos de CO _{2(eq)} por litro de bebida producida
	Residuos y Reciclaje	Integrar 25% de material reciclado o renovable en nuestros empaques de PET para el 2020.	Porcentaje de PET reciclado y BioPET en nuestros empaques
	Residuos y Reciclaje	Reciclar al menos el 90% de nuestros residuos en cada una de nuestras plantas embotelladoras para el 2020.	Porcentaje de residuos reciclados contra total de residuos generados por planta

Tiempos de transformación



Nuestra gente

- Cultura y valores
- Desarrollo integral
- Capacitación y desarrollo





➤ Cultura y valores

64-4 y 8

Los tiempos de transformación en los que nos encontramos dentro de Coca-Cola FEMSA los asumimos sin perder de vista la Cultura y Valores FEMSA que nos dan origen y sentido:

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



Pasión por el servicio al cliente

Estamos enfocados en identificar y satisfacer las necesidades de nuestros clientes, buscando siempre su preferencia a través de soluciones innovadoras.



Respeto y desarrollo integral de colaboradores

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



Integridad y austeridad

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



Creación de valor social

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



Confianza

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

Desarrollo social

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

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

Desarrollo integral

G4-20 y 21

Durante 2014 contamos con el apoyo de 6,970 voluntarios para labores a favor de la comunidad.

Con el fin de promover el desarrollo integral de nuestros colaboradores y de sus familias, tomamos como base 7 dimensiones y desarrollamos iniciativas alineadas a sus necesidades, las cuales presentamos a continuación:

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.

Buscamos un excelente desempeño de nuestros colaboradores en el ámbito laboral y personal, por lo que fomentamos el balance entre vida personal y trabajo a través de diversas actividades con las que tuvimos la participación de más de 110 mil personas.

Plantilla laboral

G4-10 y LA1

		Personal General 2014																			
		Contrato Indefinido						Contrato Temporal						Todo el Personal							
		Hombres			Mujeres			Hombres			Mujeres			Sexo		Edad			Empleados Por Nivel		
		18-34	35-44	45+	18-34	35-44	45+	18-34	35-44	45+	18-34	35-44	45+	H	M	18-34	35-44	45+			
Internos	Dirección	0	18	36	0	8	1	0	0	0	0	0	0	0	54	9	0	26	37	63	
	Gerencia	96	403	294	55	101	30	0	0	0	0	0	793	186	151	504	324			979	
	Empleados	13,821	7,837	3,070	3,828	1,408	401	506	106	11	57	7	0	2,535	5,701	18,212	9,358	3,482			31,052
	Sindicalizados	23,524	10,862	5,884	557	288	130	1,151	148	33	17	2	0	4,160	994	25,249	11,300	6,047			42,596
Personal Interno		72,652						2,038						74,690							

No se consideran personas jubiladas, no se incluyen nuevos territorios (Filipinas) ni nuevos negocios (Santa Clara, Jugos del Valle y Estrella Azul) así como tampoco trabajadores de contratistas ni profesionales independientes que presten sus servicios a Coca-Cola FEMSA de forma ocasional.

Headcount	Personal por región 2014				
	No Sindicalizado	Sindicalizado	Total	Terceros	Total
Corporativo	448	—	448	0	448
México	16,811	22,441	39,252	3,763	43,015
Oficina Centroamérica	170	—	170	13	183
Costa Rica	1,398	—	1,398	325	1,723
Guatemala	322	989	1,311	213	1,524
Nicaragua	278	438	716	318	1,034
Panamá	352	913	1,265	284	1,549
México & Centroamérica	19,331	24,781	44,112	4,916	49,028
Argentina	657	1,910	2,567	288	2,855
Colombia	2,710	595	3,305	1,686	4,991
Venezuela	2,182	5,224	7,406	196	7,602
Sudamérica	5,549	7,729	13,278	2,170	15,448
Brasil (Incluye CIAFLU)*	148	11,572	11,720	770	12,490
TOTAL (Incluye Grupo Yoli)	25,476	44,082	69,558	7,856	77,414
SPAIPA (Brasil)	64	5,068	5,132	825	5,957
TOTAL Coca-Cola Femsa Incluyendo YOLI y Fluminense	25,540	49,150	74,690	8,681	83,371
Filipinas	4,847	4,359	9,206	4,897	14,103
IIRSA	5	0	5		5
Estrella Azul	335	1,428	1,763	0	1,763
Jugos del Valle	—	—	1,820	13	1,833
Santa Clara	—	—	439	2	441
Leao	—	—	2,341	0	2,341

Nota: Información de 8,681 comisionistas que prestan servicios a Coca-Cola FEMSA, no está disponible.

Nota 2: Adicionalmente se cuenta con una red de distribución en Filipinas.

		Nuevas Contrataciones 2014																		
		Contrato Indefinido						Contrato Temporal						Todo el Personal			Empleados Por Nivel			
		Hombres			Mujeres			Hombres			Mujeres			Sexo		Edad				
		18-34	35-44	45+	18-34	35-44	45+	18-34	35-44	45+	18-34	35-44	45+	H	M	18-34	35-44	45+		
Internos	Dirección	0	6	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	0	0	6	4	10
	Gerencia	13	34	27	13	8	2	0	0	0	0	0	0	0	74	23	26	42	29	97
	Empleados	3,218	514	96	1,112	117	22	363	81	12	113	18	0	4,284	1,382	4,806	730	130	5,666	
Sindicalizados		7,697	789	149	194	46	9	2,461	345	58	29	5	0	1,1499	283	10,381	1,185	216	11,782	
Personal Interno		14,070						3,485						17,555						

G4-LA4

En Coca-Cola FEMSA tenemos una vocación de transparencia laboral, por tal motivo, los periodos de preaviso y notificaciones relevantes hacia el personal, se hacen en estricto apego a las normativas y lineamientos de las autoridades laborales de cada país en donde tenemos operaciones.

Rotación

G4-LA1

Nuestro índice de retorno al trabajo después de maternidad/paternidad es de 98.6%.

En 2014, la rotación laboral fue de:

- 8,386 bajas voluntarias.
- 12,110 bajas no voluntarias.
- 60 jubilaciones.

Con estos datos y con el número de contrataciones que hubo este año, tuvimos un índice de rotación de 2.2% promedio mensual. Esta cifra se debe principalmente a los programas de reestructuración de áreas para alinear estratégicamente los esfuerzos de la compañía hacia la competitividad, la eficiencia organizacional y la sostenibilidad.

Todos los procesos de desincorporación laboral de la empresa se realizan en estricto cumplimiento a las leyes laborales de los distintos países en los que operamos e incluso, en algunas ocasiones, se llevan a cabo procesos de recolocación y gestión de post-empleo para salvaguardar el patrimonio y los intereses de dichas personas.

Nuestro índice de retorno al trabajo después de maternidad/paternidad es de 98.6%. Gozaron de este derecho 1,586 colaboradores y retornaron al trabajo 1,565 de ellos.



Capacitación y desarrollo

G4-20, 21 y LA9

Se invirtieron 26 horas y 152 USD por persona capacitada.

Gracias a la visión integral que tenemos respecto al desarrollo de nuestra gente, en Coca-Cola FEMSA entendemos que el éxito de la compañía se encuentra en el éxito y desarrollo de cada una de las personas que en ella trabajamos. Es por ello que el desarrollo integral de nuestros colaboradores y su entorno familiar son piezas fundamentales en los planes de acción de la compañía.

Nuestra inversión en capacitación es considerada como una aportación estratégica a los resultados del negocio. Gracias a que tenemos fuertes inversiones en la materia podemos ser hoy una compañía transformada, competitiva, plenamente humana y altamente rentable.

Capacitación 2014

Concepto	Resultado 2014
Inversión (USD)	\$ 12,158,023
Cobertura	80,161
Número de horas invertidas en capacitación	2,081,684
Inversión por persona (USD)	\$ 152
Cobertura en capacitación	99.74%
Número de horas por empleado capacitado	26

Horas de capacitación por categoría	Total
Directores	4,292
Gerentes	53,958
Empleados	1,309,030
Empleados sindicalizados	641,327
Personal subcontratado	73,077
Total	2,081,683

Compensación y beneficios

G4-EC3, EC5, LA3, LA11 y LA14

Ofrecemos sueldos competitivos en los diez países donde operamos, en línea con los análisis que realizamos año con año a través de casas consultoras internacionales, comparando nuestros paquetes de remuneración total con la tendencia de la industria en la cual competimos por el talento requerido para nuestras operaciones. Contamos con prestaciones, incentivos y procesos de retribución competitivos en nuestra industria, tomando como base el desempeño, competencias y responsabilidades para definir las compensaciones sin distinción de género, edad o nacionalidad.



Cumplimos, y en muchos casos excedemos, con la legislación laboral de los países donde operamos, respecto a los beneficios, prestaciones y salarios para nuestros colaboradores, como es el caso del Plan de Seguro de Vida para todo el personal administrativo, el Plan de Gastos Médicos Mayores, el Plan de Incentivos de Corto Plazo y el Plan de Incentivos de Largo Plazo (bono/acciones) para niveles directivos, este último fundamentado en el logro de resultados financieros sostenibles en el tiempo y evaluados mediante los criterios técnicos de *Economic Value Added*, garantizando la alineación del ejecutivo con la visión de nuestros accionistas.

Así mismo, aseguramos la equidad de género, al otorgar la misma remuneración económica a mujeres y hombres que se desempeñan en puestos similares con experiencia similar. De la misma manera, los sueldos ofertados a candidatos externos se definen acorde a la competitividad requerida para atraer y retener el talento, sin distinción entre candidatos hombres o mujeres.

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

Prestaciones al personal sindicalizado

G4-LAB*

En Coca-Cola FEMSA respetamos y promovemos los derechos laborales. Por ello, para el personal cubierto por convenios colectivos de trabajo realizamos la revisión contractual y de beneficios en los periodos requeridos por la ley o por el mismo convenio, junto con sus representantes en donde se busca la estabilidad laboral, brindando las mejores opciones de empleo y bienestar para ellos y sus familias.

En todos los países en donde tenemos operaciones nuestro personal sindicalizado cuenta con prestaciones marcadas por la ley tales como periodos vacacionales, pago de horas extra, acceso a seguridad social, uniformes, entre otros beneficios acordados en los contratos colectivos de trabajo.

Evaluación del desempeño

En Coca-Cola FEMSA impulsamos una cultura de trabajo basada en el desempeño, a través de la cual cada colaborador establece junto con su jefe metas desafiantes y realistas, alineadas a los objetivos y prioridades del negocio. Contamos con un sistema de seguimiento llamado Revisión Vertical, que nos permite monitorear periódicamente el nivel de avance de cada meta, dar y recibir retroalimentación sobre el desempeño y el desarrollo, así como reforzar nuestra cultura organizacional.



Inclusión y equidad

Miramos la equidad como la igualdad de oportunidades que todos tenemos por desarrollarnos laboralmente. En Coca-Cola FEMSA nos guiamos por el principio de igualdad de oportunidades laborales y favorecemos un ambiente inclusivo, libre de estereotipos de género, personalidad, origen étnico, preferencia sexual y religiosa, discapacidad o grupo etario. Nuestra plantilla laboral es tan diversa como la población misma de las comunidades en las que operamos y todas las personas sin excepción tenemos las mismas oportunidades de acceso al empleo, crecimiento y desarrollo dentro de la empresa.

		Indicadores de equidad entre el personal 2014					Empleados Por Nivel
		Sexo		Edad			
		H	M	18 - 34	35 - 44	45+	
Internos	Dirección	54	9	0	26	37	63
	Gerencia	793	186	151	504	324	979
	Empleados	25,351	5,701	18,212	9,358	3,482	31,052
	Sindicalizados	41,602	994	25,249	11,300	6,047	42,596
Personal Interno		74,690		74,690			74,690



Clima laboral

G4-FP3

Buscamos que nuestros colaboradores se desarrollen en un ambiente fundamentado en la integridad, el trabajo constante, y sobre todo, en el respeto y la dignidad. Por ello, con la finalidad de conocer el estatus de nuestro clima laboral, de manera bianual realizamos un estudio en nuestros centros de trabajo. En 2014, se evaluó el 83% de los centros de trabajo, obteniendo un nivel de satisfacción de nuestros colaboradores del 80.47%, en consistencia con nuestra metodología.

Seguridad y Salud Ocupacional

G4-LA5

En Coca-Cola FEMSA nuestra política de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional está centrada bajo el principio central del compromiso y la co-responsabilidad entre los gerentes y empleados con la misma. Lo anterior se administra bajo el Sistema de Administración de

Seguridad y Salud Ocupacional (SASSO), a través del cual se consolida la estrategia y se impulsa el cuidado del personal en todas las unidades de negocio.

Objetivos de SASSO:

- Incrementar la conciencia de prevención de riesgos y enfermedades en los lugares de trabajo.
- Sensibilizar a los empleados y sus familias respecto a la salud y seguridad.
- Identificar, eliminar y controlar los riesgos internos y los riesgos ambientales.
- Promover la responsabilidad individual frente a la seguridad y salud ocupacional.
- Cumplir con todo lo dispuesto en las leyes sobre salud y seguridad de los países en los que operamos.
- Nuestros colaboradores, incluyendo personal directivo, administrativo y sindicalizados, se encuentran representados en los comités y subcomités de Seguridad y Salud Ocupacional.



Indicadores 2014 de accidentes y fatalidades:

Coca-Cola FEMSA	Índice de accidentabilidad por cada 100 empleados	Días perdidos por accidentes	Índice de días perdidos por enfermedad general por cada 100 empleados	Fatalidades por accidentes de trabajo
Argentina	4.3	4,074	823.8	0
Brasil	1.3	3,232	1,231.7	0
Colombia	3.9	2,525	598.7	0
Costa Rica	4.5	1,127	491.3	0
Guatemala	1.5	610	363.3	0
México	6.9	47,871	256.9	2
Nicaragua	3.7	219	507.3	0
Panamá	1.2	151	622.4	0
Venezuela	2.2	10,591	661.3	1
Total	5	70,400	516	3

Con relación a pérdidas significativas de horas laborales en 2014 se registraron un total de 244.3 horas perdidas por conflictos laborales.

Tiempos de transformación



Nuestra comunidad

- Estilos de vida saludable
- Desarrollo comunitario
- Abastecimiento sostenible





Estilos de vida saludable

G4-FP4

Nuestras iniciativas de estilos de vida saludable, apoyan a programas y proyectos que promueven una cultura de salud y auto-cuidado que lleve a nuestros grupos de interés a mejorar su calidad de vida.

De las 36 iniciativas que promovieron un estilo de vida saludable encontramos:

- 29 iniciativas fomentaron el deporte y la activación física.
- 4 iniciativas enfocadas a proyectos de nutrición.
- 3 iniciativas apoyan y motivan el fortalecer una vida integral y sana en las personas.

En 2014 tuvimos 515,014 beneficiarios directos en nuestras iniciativas de estilos de vida saludable promoviendo la activación física y la nutrición.

En 2014 llevamos a cabo 133 iniciativas de sostenibilidad que incluyeron proyectos comunitarios, ambientales y de activación física y nutrición.

G4-20, 21, EC7, EC8, S01, S09, S010 y FP4

Trabajamos de la mano con las comunidades en donde tenemos presencia con el objetivo de construir capital social y un entorno de desarrollo armónico. Por ello contribuimos con todos los recursos a nuestro alcance para generar valor compartido.

Como se ha venido planteando a lo largo del Informe, la rama estratégica de Nuestra Comunidad, en nuestra Estrategia de Sostenibilidad, la subdividimos en las siguientes áreas de acción:

- Estilos de vida saludable, en donde tuvimos un total de 36 iniciativas.
- Desarrollo comunitario, en donde tuvimos un total de 51 iniciativas y que además abarca el rubro de iniciativas de impactos ambientales locales a través de la cual realizamos un total de 46 iniciativas adicionales.
- Abastecimiento sostenible, en donde evaluamos un total de 126 proveedores bajo estándares de auditorías sociales.

Número de beneficiarios	
 Argentina	17,004
 Brasil	5,745
 Colombia	4,747
 Costa Rica	2,376
 Panamá	52,576
 Guatemala	32,678
 Nicaragua	45,800
 México	324,248
 Venezuela	27,440
 Filipinas	2,400
Total	515,014

5.7 millones de personas en México participaron en eventos de activación física donde tuvimos presencia de marca con nuestros productos a través de patrocinios o donativos.

Deporte y activación física

G4-20 y 21

En estilos de vida saludable destacan programas como Apúntate a jugar en Costa Rica, Guatemala, Nicaragua y Panamá y su equivalente en Argentina "Dale juguemos".

Apúntate a Jugar se ha dedicado, desde 2009, a promover la actividad física y el aprendizaje en los niños durante sus primeros años de escolaridad y busca incentivar el gusto por el ejercicio y el estudio en la niñez de una forma divertida.



El programa se lleva a cabo con el apoyo de las autoridades educativas de cada país así como con el Sistema Coca-Cola. Para poder activar físicamente a los niños se otorga una donación de implementos deportivos que promueven la actividad física, se capacitan facilitadores para el uso correcto de los materiales, se entregan manuales a los docentes y se busca maximizar el aprovechamiento del espacio físico de las escuelas para estimular el aprendizaje, el movimiento, el optimismo y el liderazgo en los niños.

Al cierre de 2014 se contabilizaron un total de 124,163 jóvenes beneficiados en los 5 países donde operamos.



Por otro lado, fomentamos la activación física con Caimaneras Coca-Cola en Venezuela, las cuales consisten en realizar clínicas deportivas de béisbol y fútbol, enseñadas por deportistas profesionales y que van dirigidas a niños entre 12 y 17 años.

También es de destacarse el apoyo económico brindado a Criollitos de Venezuela, semillero de talentos para las grandes ligas de béisbol, así como el patrocinio oficial del equipo profesional de béisbol Leones de Caracas durante 11 temporadas.



Por sexto año consecutivo Caimaneras Coca-Cola Fútbol se llevó a cabo en las ciudades de Caracas, Maracaibo, Barquisimeto, Valencia, Barcelona y Bolívar.

En 2014 se realizaron 40 Caimaneras*, 20 de fútbol y 20 de béisbol.

*Caimaneras es el término coloquial utilizado en Venezuela para referirse a la práctica informal y espontánea de algún deporte con motivos de esparcimiento y convivencia.

México y Venezuela llevaron a cabo una nueva edición de Copa Coca-Cola, en donde seguimos fomentando la disciplina por el deporte y la actividad física en adolescentes a través de torneos deportivos interescolares.



Además, por tercer año consecutivo se celebró la Carrera de Relevos 21kms: Co-Riendo en Venezuela y con apoyo del Sistema Coca-Cola.

La modalidad de relevos permite fomentar los valores de la familia, la amistad y el trabajo en equipo. Participaron 3,000 corredores para correr en el municipio de Sucre.



En Brasil destacan diversas carreras atléticas auspiciadas por Coca-Cola FEMSA al igual que la iniciativa de *Agita Mais*, en donde se invita a practicar diversas actividades deportivas. Con ello se alcanzó a beneficiar a 5,745 personas.



Colombia continúa con la instalación de Parques Biosaludables en distintas partes del país. En 2014 se entregó el parque en la locación de El Manantial, Tocancipá. Éste se suma al esfuerzo de años anteriores, con el que tenemos ya diez parques entregados y uno restaurado. Estos parques son espacios de libre uso que cuentan con máquinas especiales para hacer actividad física, el objetivo se centra en brindar a las comunidades lugares indicados que les permitan realizar ejercicio físico en cualquier momento.

Los parques cuentan con indicaciones técnicas sobre el uso adecuado de las máquinas y frecuentemente nos encargamos de mantenerlos en las mejores condiciones para que los beneficiarios recurran continuamente a estos sitios y tomen la actividad física como un hábito en sus vidas.



Vida integral

Coordenadas para Vivir tiene como objetivo brindar herramientas emocionales y sociales a personas vulnerables para evitar problemas relacionados con la violencia, pandillas y adicciones.

El plan es un conjunto de programas a través de los cuales, a partir de la vivencia propia y las situaciones cotidianas, se desarrollan conocimientos, actitudes y destrezas, que dotan a niños, jóvenes y a sus formadores, de valores y recursos para desarrollar habilidades que les permitan tomar mejores decisiones y disminuir así su vulnerabilidad ante situaciones problemáticas. En 2014 la iniciativa se realizó en Argentina, Colombia y Filipinas.



En *Coordenadas para Vivir*, alcanzamos a beneficiar a 6,658 personas en Argentina, Colombia y Filipinas.



Desarrollo comunitario

En Coca-Cola FEMSA, buscamos contribuir a la generación de comunidades sostenibles mediante el desarrollo de iniciativas y proyectos que impacten positivamente a la sociedad, generen valor compartido y fortalezcan sus capacidades de autogestión.

Buscando siempre la transformación positiva en nuestras comunidades, en 2014 tuvimos 222,961 beneficiarios en nuestros programas de Desarrollo Comunitario.

Beneficiarios por país	
	Argentina 5,800
	Brasil 89,940
	Colombia 4,640
	Costa Rica 200
	México 90,758
	Filipinas 31,623
Total	222,961

Iniciativas de Paz y Reconciliación

Nuestra plataforma de contribución al proceso de paz en Colombia que a través de Aportando Tiempo, Espacios de Reconciliación y Centros Comunitarios de Aprendizaje generan espacios para que quienes se han desmovilizado de grupos armados puedan emprender un servicio social de reparación en beneficio de las comunidades y víctimas de las zonas en donde en algún momento hicieron daño o perjuicio.

Aportando Tiempo

Es un programa que forma a personas en proceso de reintegración a la vida civil en temas de emprendimiento laboral a través de asesorías, brindadas por colaboradores de la Compañía, que buscan el éxito de sus planes de negocio.

Objetivo:

- Incrementar las probabilidades de reintegración social y económica de los desmovilizados apoyando diferentes actividades que desarrollan los participantes del proceso.
- Sensibilizar a los voluntarios que donan su tiempo acerca del proceso y las necesidades que enfrentan los participantes una vez han abandonado los grupos armados.

Resultados:

- 300 voluntarios.
- Cerca de 620 personas en proceso de reintegración.
- 35 proveedores.
- Más de 1,100 horas aportadas por nuestros colaboradores.
- 7 ciudades: Barranquilla, Medellín, Bucaramanga, Montería, Valledupar, Bogotá y Cali.

Espacios de Paz y Reconciliación

Coca-Cola FEMSA en colaboración con la Agencia Colombiana para la Reintegración (ACR) desarrollaron un proyecto que busca generar espacios para quienes se han desmovilizado puedan en cumplimiento con la nueva Ley de Reparación emprender un servicio social y desarrollar acciones de reparación y perdón, en beneficio de las comunidades y víctimas de la violencia.

Objetivo:

- Facilitar espacios de paz y reconciliación en diferentes municipios del país a través de las Escuelas de Perdón y Reconciliación (ES.PE.RE.).
- Apoyo en proyectos de servicio social de personas en proceso de reintegración a la vida civil.



Intervención Zavaleta fue distinguida en 2014 por parte del Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) como Mejor Práctica de Responsabilidad Social dentro de la categoría de Alianzas Intersectoriales.



Resultados:

- Más de 600 personas en proceso de desmovilización beneficiadas.
- Cerca de 20,000 personas de comunidades receptoras beneficiadas.
- Ciudades beneficiadas: Pereira, Ibagué, Santa Marta, Villavicencio, Montería, Yopal, Pasto, Neiva y Barrancabermeja.
- Obras: Yopal, galería pública para la reconciliación del Llano; Neiva, caseta comunal Barrio El Progreso; Pasto, adecuación de dos espacios recreativos en La Palma y La Cruz; Barrancabermeja, salón comunal Barrio Villarelis.

Centros Comunitarios de Aprendizaje

Ofrecemos acceso gratuito a más de 80 cursos virtuales y de autoaprendizaje, dictados por el Tecnológico de Monterrey, dirigidos a la población vulnerable y/o afectada por el conflicto armado.

Objetivo:

- Busca ofrecer a las comunidades vulnerables involucradas en el conflicto, herramientas de formación a partir de espacios físicos dotados por las alcaldías locales.
- Los participantes a través de tecnología acceden a programas educativos tutorados y de autoaprendizaje dictados por el Tecnológico de Monterrey.

Resultados:

- Más de 2,200 personas beneficiados.
- Ciudades y municipios beneficiados: Santuario, Guapi, Santa Marta, Medellín, Cereté, Yopal, Aguachica, Curomaní, Tocancipá y Cali.
- 620 nuevas becas para el 2015.

Los Pibes de Zavaleta

En la iniciativa de Intervención Zavaleta realizado por Coca-Cola FEMSA Argentina, Fundación FEMSA y la Secretaría de Hábitat e Inclusión del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (SECHI) se trabajó en la urbanización, saneamiento, tendido cloacal y pluvial del Núcleo Habitacional Transitorio (NHT) Zavaleta. A través de este proyecto, más de 80 familias del barrio tienen servicios de agua corriente, desagües cloacales, red pluvial y un nuevo ingreso al barrio inaugurando una plaza con juegos y una cancha de césped sintético para realizar actividades deportivas.

La participación de los vecinos de Zavaleta fue indispensable desde el inicio. Se organizaron para realizar las obras, desde el dibujo original que proponía convertir el terreno abandonado en una plaza de juegos y recreación, hasta la elección comunitaria del nombre del espacio compartido: Los Pibes de Zavaleta.

Plaza de la Ciudadanía

Plaza de la Ciudadanía es un programa en Brasil que se logra gracias a alianzas con diversas instituciones y organismos públicos. Tiene como objetivo revalorar la participación ciudadana y ofrecer a la comunidad información, servicios y atenciones gratuitas en temas de salud personal y cuidado del medio ambiente. El programa otorga a los participantes oportunidades para mejorar su calidad de vida, mediante una amplia gama de servicios gratuitos e información en temas como conciencia empresarial, salud, medio ambiente, recolección de residuos y estilos de vida saludable.



Vinculación comunitaria

Además de las iniciativas que se describen anteriormente, año con año se incentiva a todas nuestras operaciones a realizar programas nuevos que los vinculen con la comunidad.

En diciembre del año pasado se llevó a cabo la Fiesta de Navidad con la comunidad cercana a la planta de Calle Blancos en Costa Rica, se dio mantenimiento a Viveros Comunitarios en México, se remodeló un Jardín Botánico en Maracaibo, Venezuela y se apoyó a las comunidades que fueron afectadas al final del 2013 en Filipinas por el tifón Yolanda. De esta manera nos aseguramos de contribuir a transformar positivamente las comunidades en las que operamos.



En 2014 se instalaron 9 plazas: Sumaré, Jundiá, Curitiba, Santos, Marília, Campo Grande, Belo Horizonte, Mogi das Cruzes y Porto Real. Con ellas se beneficiaron 47,576 personas.

Brigada Eskwela es una iniciativa que se trabaja con apoyo del Departamento de Educación de Filipinas, en donde da mantenimiento a las instalaciones en escuelas públicas.

“Para cambiar la realidad, necesitamos conocerla y comprometernos. Los vecinos y la SECHI nos invitaron a sumarnos y estamos muy orgullosos de ser parte de este cambio”.

Ian Craig, Presidente de Coca-Cola FEMSA de Argentina



Abastecimiento sostenible

G4-FP1, HR10, HR4, EN32 y S03



En Coca-Cola FEMSA, nuestro compromiso con los grupos de interés involucrados en nuestros negocios nos permiten generar un esfuerzo por replicar nuestro crecimiento a lo largo de la cadena de suministro asegurando que las operaciones de nuestros proveedores estén basadas en políticas, principios y prácticas de negocio responsables. Como parte de la

directriz de abastecimiento sostenible, se busca que día con día se minimicen los riesgos sociales y ambientales sobre los cuales no tenemos control directo y que provocan la mayor cantidad de impactos negativos a lo largo de nuestra cadena de suministro. Cabe mencionar que, como primer paso en las relaciones de abastecimiento, se comparte con todos los proveedores el Código de Ética de Negocios para trabajar alineados con nuestros requerimientos éticos.

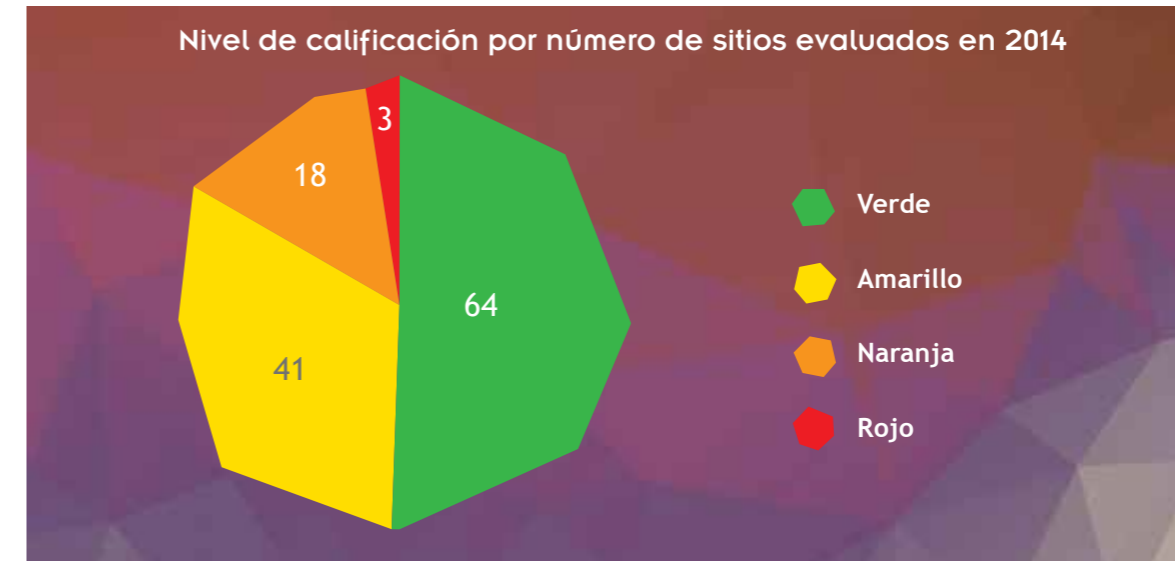
El sistema de calidad de *The Coca-Cola Company* establece que cualquier potencial proveedor autorizado o contratado directamente por la compañía y/o el sistema embotellador debe demostrar total cumplimiento a los Principios Rectores para Proveedores de *The Coca-Cola Company* previo a recibir la autorización final y/o alguna orden de compra. El proceso de auditoría se realiza a través de firmas monitoras independientes, acreditadas por *The Coca-Cola Company*, con experiencia demostrada y al menos 4 certificaciones en materia de auditorías sociales FLA¹, WRAP², ICTI³, SAI⁴, entre otras. Una vez finalizada la auditoría, el sitio evaluado recibirá un reporte con los resultados el cual será elaborado por el auditor. El reporte entregado obedece a una escala dividida en cuatro grados de cumplimiento en donde, dependiendo del número y tipo de no conformidades en las auditorías, los proveedores pueden tener un estatus verde, amarillo, naranja o rojo, siendo el estatus verde el equivalente a un cumplimiento total y el estatus rojo equivalente a un grado de incumplimiento crítico que podría llevar a una cancelación de relaciones comerciales.

Los resultados que se han obtenido en los últimos tres años de este proceso de evaluación son los siguientes:

País	Número de proveedores evaluados		
	2012	2013	2014
México	24	17	19
Costa Rica	0	2	4
Guatemala	1	8	5
Nicaragua	0	1	1
Panamá	0	0	2
Venezuela	3	5	4
Colombia	3	2	21
Brasil	36	46	61
Argentina	4	12	9
Total	71	93	126

¹ FLA, Fair Labor Association
² WRAP, Worldwide Responsible Accredited Production
³ ICTI, International Council of Toy Industries
⁴ SAI, Social Accountability International

En este sentido los resultados de las evaluaciones realizadas por *The Coca-Cola Company* son los siguientes:



En el proceso de evaluación se determina el cumplimiento a los derechos humanos, leyes laborales, de salud y seguridad y medio ambiente del país en donde opere la instalación así como los convenios internacionales de la organización internacional del trabajo, guiados por el más estricto.

Posterior a la auditoría, la empresa elegida para ejecutar la evaluación debe pedir al sitio auditado en un plazo de 30 días un plan de acción que demuestre análisis y entendimiento de las causas raíz que llevaron a los incumplimientos encontrados durante la auditoría y comunicarlos en el reporte entregado por la empresa auditora. El sitio será reevaluado con cierta periodicidad. Acorde a los resultados de cada evaluación recibirá un reporte con una nueva calificación, y en caso de ser necesario, el proveedor deberá entregar nuevamente un plan de acción, lo cual demuestra que la empresa se mantiene en constante desarrollo y en camino a un 100% de cumplimiento.

% de sitios evaluados con plan de mejora	
Nivel de evaluación	Número de proveedores
Verde	No aplica
Amarillo	30%
Naranja	100%
Rojo	100%

En caso de que alguno de los sitios evaluados no cumpla con el plan de trabajo, no se presente un avance en la mitigación de riesgos de sostenibilidad o tenga una falta que ponga en alto riesgo, los derechos humanos, la salud, seguridad y la preservación del medio ambiente,

se determina terminar la relación comercial. En 2014 se llegó a terminar la relación comercial con 24 proveedores. Las razones causantes del fin de una relación comercial pueden ser por incumplimiento de calidad, certificaciones o de sostenibilidad.

Principios Guía para Proveedores FEMSA (PGPF)

G4-FP2

Con el propósito de abarcar el total de nuestra cadena de suministro, en Coca-Cola FEMSA hemos adoptado los Principios Guía para Proveedores FEMSA (PGPF) para complementar los esfuerzos de *The Coca-Cola Company* bajo nuestra propia estrategia aplicada a los proveedores de servicios y productos indirectos.

Como parte del ejercicio de implementación, los PGFP fueron traducidos a un marco estratégico definido para asegurar un abastecimiento sostenible:



Cada uno de los eslabones representa las etapas que Coca-Cola FEMSA sigue para asegurar un abasto sostenible. Para conocer las fortalezas y áreas de oportunidad de dicha estrategia, se desarrolló una metodología en los meses de noviembre y diciembre del 2014 para la realización de un proyecto piloto para la evaluación y la generación de planes de trabajo con una muestra de proveedores.

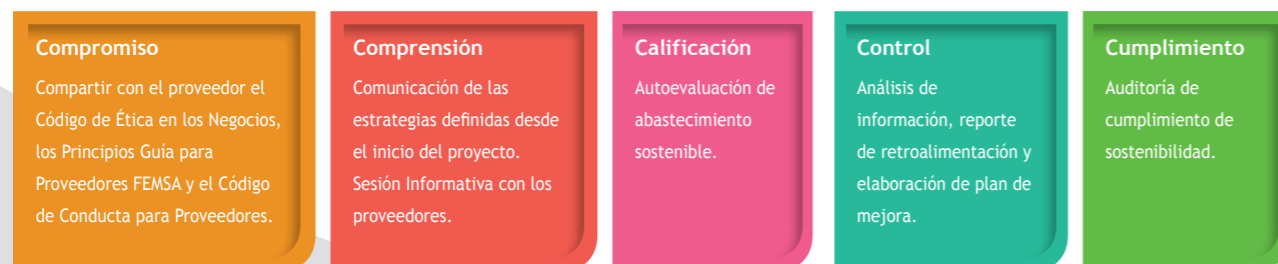
Metodología Proyecto Piloto

Segmentación

Para elegir las categorías críticas dentro de la prestación de servicios y productos indirectos se consideraron varios factores que cumplieran con las consideraciones y prioridades de Coca-Cola FEMSA, esto dio como resultado tres niveles de criticidad: crítico, alto y bajo.

Desarrollo 5C's

El proyecto piloto dio arranque obedeciendo a nuestra metodología denominada las 5 C's del abastecimiento sostenible:



A partir de las categorías críticas se seleccionaron 30 proveedores que cumplieran con las características necesarias para una ejecución satisfactoria:

- Proveedores locales en México.
- De los 30 proveedores, 75% fueron PyME's.
- Proveedores que no contaran con una evaluación previa en parámetros de responsabilidad social o sostenibilidad.

Una vez seleccionados, se estableció comunicación con el proveedor sobre el propósito del proyecto así como el alcance y beneficio en sus operaciones. Los proveedores que acordaron participar, lo hicieron mediante la aceptación y alineación con los Principios Guía para Proveedores FEMSA. El 100% de los proveedores invitados aceptaron los principios y la evaluación como un medio de desarrollo y mejora.

El proceso de evaluación consistió en el envío de un cuestionario que requiere de evidencias para justificar cada respuesta. El cuestionario se encuentra dividido en 4 secciones, las cuales a su vez son los pilares de evaluación del área: social, medio ambiente, ética y comunidad. Cada pilar contando con categorías alineadas a los PGPF. Los cuestionarios aplicados obedecían a seguir la siguiente escala de calificación:

Calificación	Categoría	Criterio	Tiempo para reevaluación
75-100%	Verde	El proveedor se encuentra en condiciones satisfactorias (proveedor sostenible).	24 meses
50-75%	Amarillo	El proveedor requiere entregar evidencias de mejora al momento de su reevaluación.	12 meses
26-50%	Naranja	El proveedor requiere seguimiento continuo y entregar evidencias de mejora al momento de su reevaluación.	6 meses
0-25%	Rojo	El proveedor es candidato a una auditoría y debe entregar evidencias de mejora posterior a la misma.	1 mes

Los resultados del piloto demostraron que nuestros proveedores tienen un nivel de áreas de oportunidad en un rango medio (naranja), que a su vez nos indica las fortalezas y puntos en los que debemos trabajar para alcanzar una mayor calificación a mediano plazo.

En el mes de diciembre del 2014 todos los proveedores recibieron su reporte de retroalimentación. El siguiente paso consiste en el compromiso a mejorar de parte del proveedor al momento en que, utilizando el reporte de retroalimentación, comparte un plan de mejora el cual es revisado y retroalimentado por el equipo de Abastecimiento Sostenible, hasta que finalmente es aceptado y entregado al proveedor para que comience su etapa de desarrollo sostenible.

Gracias al programa piloto de evaluación con base en los PGPF, se puede decir que contamos con herramientas para gestionar riesgos de sostenibilidad en el abasto de materias primas y servicios, y capacidades para el manejo e incremento de responsabilidad social en nuestra cadena de valor.

Tiempos de
transformación



Nuestro planeta

- Agua
- Residuos y reciclaje
- Energía



G4-20, 21, EN26, EN30 y SO10

Somos una empresa comprometida con el cuidado del medio ambiente. Buscamos la eficiencia en nuestros procesos de manufactura para llegar a la excelencia operativa. Tenemos plena conciencia de que nuestro planeta necesita del firme compromiso y la actuación decidida de todos para su cuidado, desarrollo y conservación.

La búsqueda de equilibrio ambiental nos llama a actuar responsablemente en el manejo de los recursos no renovables. A la vez, nos lleva a la mejora continua en todos nuestros procesos y unidades operativas al igual que a lo largo de toda nuestra cadena de valor. Por ello, durante el 2014 realizamos inversiones superiores a los 2.35 USD millones.

Para lograr estos objetivos, contamos con iniciativas y compromisos tanto propios como de nuestros aliados estratégicos y organismos internacionales. Tal es el caso de nuestra observancia diligente a los principios de *The Coca-Cola Company*, nuestra participación en el *Carbon Disclosure Project* (CDP) y nuestro respeto y fomento de los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas referentes al cuidado del planeta. Por su gran desempeño y administración en Sistemas de Gestión Ambiental, el 97% de nuestras plantas están certificadas en ISO-14001. El cumplimiento de nuestras políticas y principios permitió que no tuviéramos ninguna penalización en materia ambiental.

Nuestras áreas de acción:



Optimizar el consumo de agua.



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



Lograr la sostenibilidad energética de nuestras operaciones.

Agua

G4-21, EC4, EN8, EN10, EN12, EN13, EN14, EN21, EN25 y EN28

Tenemos claro que el insumo más valioso para nuestra empresa es el agua y sabemos que, en su uso sostenible, estriba nuestro futuro como compañía e incluso como parte activa de este planeta. Poder operar y crecer mañana bajo un esquema de sostenibilidad a largo plazo implica que pongamos especial empeño en incorporar las mejores prácticas en el manejo del agua en todos nuestros procesos.

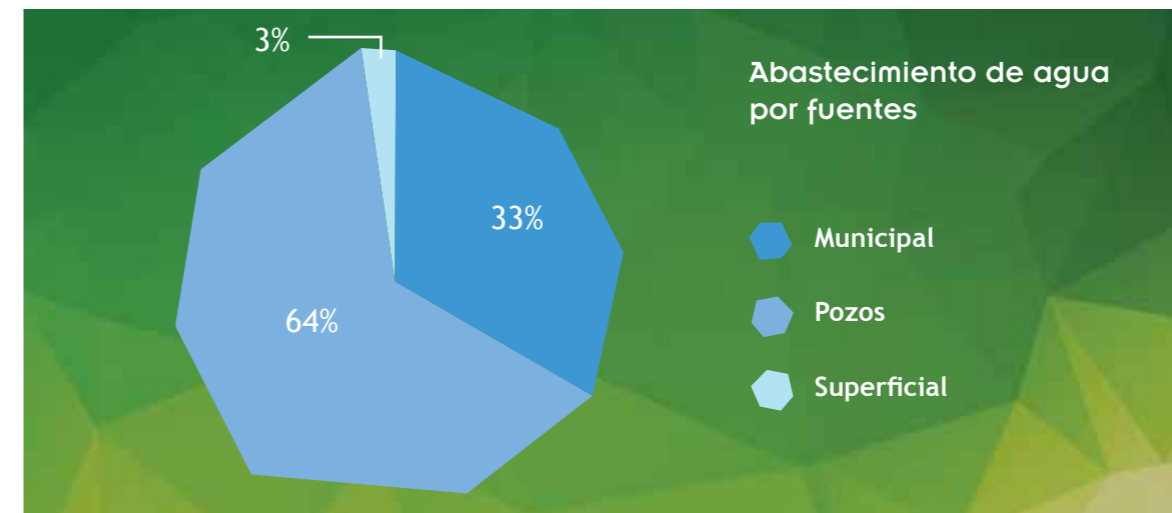
El reto y la oportunidad ambiental que los tiempos nos demandan, nos ubican en una situación privilegiada para la innovación y para mitigar nuestra huella ecológica. El manejo eficiente y responsable, tratamiento y conservación del agua, son asuntos insoslayables para la planeación y operación de nuestra compañía en el largo plazo.



Abastecimiento de agua

G4-EN8

Como compañía de bebidas, utilizamos agua para proveer a nuestros consumidores con diversas opciones para atender sus necesidades. En el 2014 redujimos nuestro consumo en un 3.5% contra nuestro consumo absoluto del 2010, consumiendo un total de 37.7 miles de millones de litros de agua en todas nuestras operaciones, incluyendo la producción de bebidas de la más alta calidad. Asimismo, mejoramos nuestra eficiencia de producción en un 9% del 2010 al 2014 y un 22% contra nuestra base 2004.



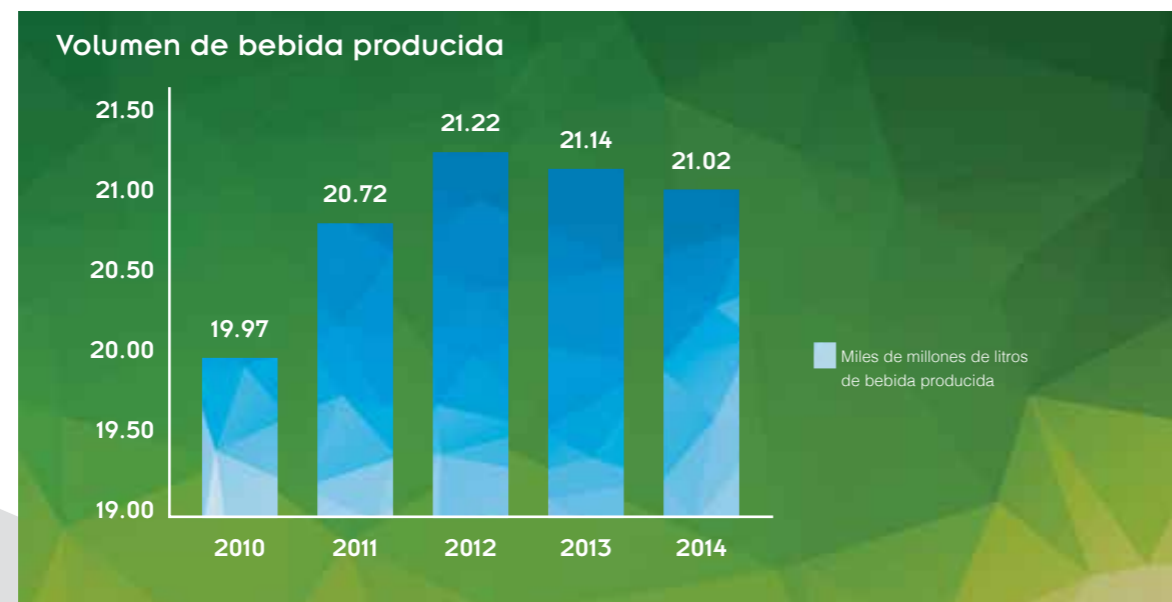
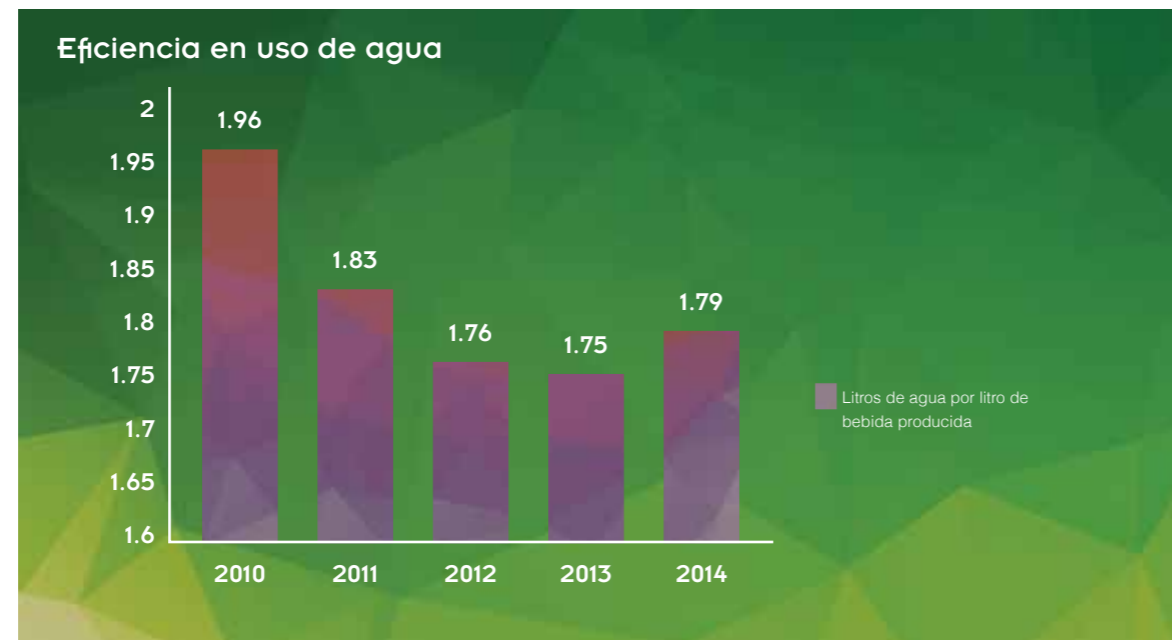
Contribución a Meta 2020: Desde el 2004 hemos mantenido una tendencia positiva en eficiencia en el consumo de agua.

Eficiencia en el uso de agua

G4-EN10

Continuamente realizamos inversiones para aumentar la eficiencia y aprovechar al máximo el uso de nuestro insumo más importante para la producción de bebidas. Para el 2015, tenemos el objetivo de mejorar en un 20% la eficiencia en el uso de agua comparado con el 2004. Para el 2014 hemos mejorado nuestra eficiencia en un 9% desde el 2010 y en un 22% contra nuestra base 2004.

La integración de adquisiciones implicó un aumento en el consumo de agua y estamos trabajando para que en el 2020 el indicador para todo Coca-Cola FEMSA sea de 1.5 litros de agua por litro de bebida producida.



Tratamiento de Aguas Residuales

G4-EN22

Aunado a nuestro compromiso con la conservación y uso eficiente del agua, durante 2014 logramos que el 100% del agua residual de nuestras instalaciones de manufactura sea tratada a través de 56 plantas de tratamiento de agua residual propias y 8 plantas municipales.

Protección del Recurso Hídrico

A través de la participación de Fundación FEMSA en la Alianza Latinoamericana de Fondos de Agua, determinamos diversos Fondos de Agua para preservar cuencas clave que filtran y regulan el suministro de agua de algunas de las ciudades más importantes de la región. Además de los 17 Fondos de Agua que ya están en funcionamiento, ahora somos parte de la iniciativa Agua para Nuestro Futuro en colaboración con *The Coca-Cola Company*, la Alianza Latinoamericana de Fondos de Agua y otros embotelladores de Coca-Cola. La iniciativa trabajará para asegurar que toda el agua utilizada en los procesos productivos de *The Coca-Cola Company* en su unidad de negocio de Centroamérica se repondrá a la naturaleza.

En sólo 3 años, Agua para Nuestro Futuro ayudará a conservar más de 6,000 hectáreas de las cuencas hidrográficas, la reposición de 6.9 millones de metros cúbicos de agua a la naturaleza a través de una inversión de USD \$7.44 millones, en al menos 5 países de la región. Los Fondos de Agua que apoyamos a través de Agua para Nuestro Futuro no sólo buscan conservar los recursos hídricos sino también poner a las respectivas comunidades en el camino hacia el uso sostenible del agua para las generaciones futuras.

Protección de la Biodiversidad

Nuestra operación busca no impactar a la vida, el número y la variedad de especies que se encuentran en una zona o región en particular. Consecuentemente, buscamos poner en práctica iniciativas que favorezcan impactos positivos en la biodiversidad, tal como lo promueve La Convención de Diversidad Biológica de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), que ha sido ratificada por más de 160 países. En relación a esto y nuestro Código de Ética y la Política de Sostenibilidad, cumplimos de manera cabal con todos los requisitos regulatorios en los países donde operamos integrando así el cumplimiento a convenciones y pactos con las Naciones Unidas.

En México, el Sistema Coca-Cola cuenta con una red de 15 viveros, 5 de ellos ubicados en territorios de Coca-Cola FEMSA, a través de los cuales se obtienen plantas para realizar las jornadas de reforestación, donde participan nuestros colaboradores y sus familias, nuestros proveedores y hasta nuestros vecinos. La red de viveros Coca-Cola en México provee de empleo a alrededor de 258 personas, en su gran mayoría mujeres, líderes de sus comunidades. Dos de nuestros viveros aportan producción de pinos y oyameles para conservar la Reserva de la Biósfera de la Mariposa Monarca, en el Estado de México y Michoacán, México.

Contribución a Meta 2020: La protección del recurso hídrico y el reabastecimiento de agua a la naturaleza es parte fundamental para poder regresar a las comunidades y su medio ambiente la misma cantidad de agua utilizada en nuestros procesos de manufactura.

Sembramos 41,189 árboles en los diversos países en los que operamos gracias a la participación de 980 voluntarios, incluidos nuestros colaboradores y sus familias. En 2014, más de 8,582 voluntarios de nueve diferentes países participaron en nuestro programa de limpieza de playas, en donde se recolectaron 67 toneladas de residuos extraídos de ríos, arroyos y cuerpos de agua.

Adicionalmente participamos en el Programa Nacional de Reforestación y Cosecha de Agua, el programa de conservación más importante en México a través del cual hemos plantado más de 32 millones de árboles.

Residuos y reciclaje

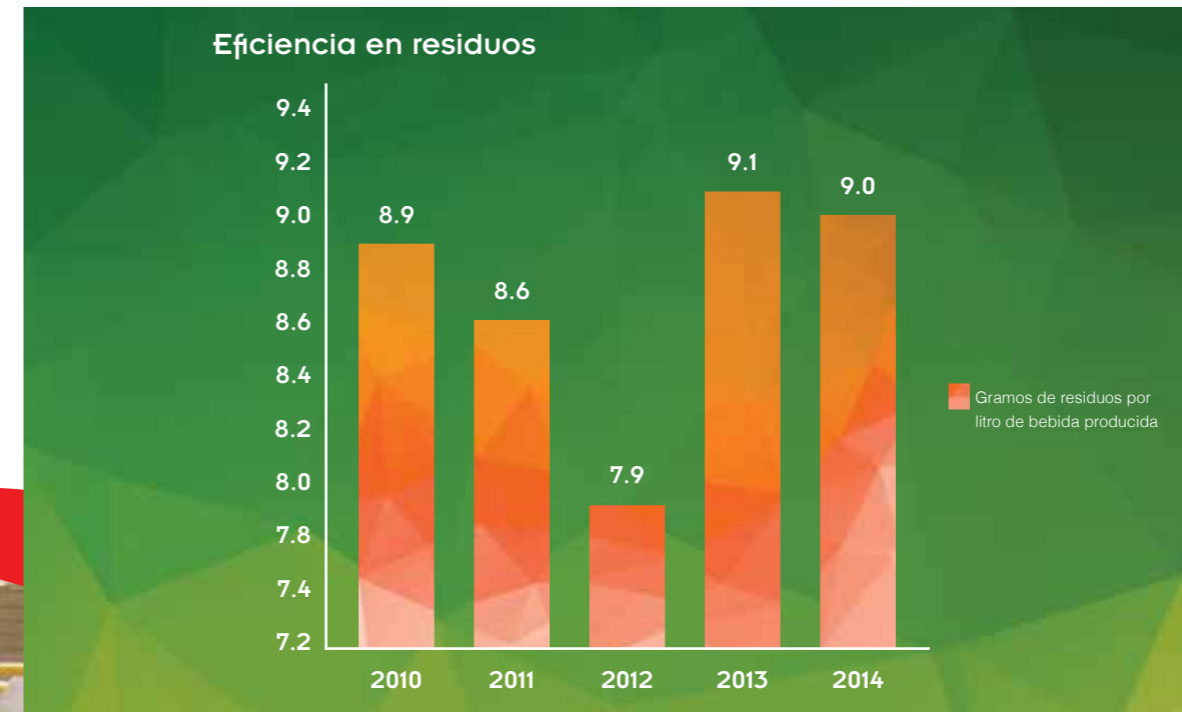
G4-EN1, EN2, EN22, EN23, EN24, EN26 y EN27

En Coca-Cola FEMSA entendemos que la gestión eficiente de los residuos y el reciclaje de los mismos trae consigo un doble beneficio: contribuir a mitigar el pasivo ambiental que los seres humanos tenemos frente al planeta y, por otro lado, generar ahorros económicos por la disminución en la compra de materias primas e insumos necesarios para nuestros procesos de producción.



Residuos

Innovar a favor de la eficiencia nos ha permitido tener una tendencia positiva en la generación de residuos por unidad de bebida producida. La integración de nuevas adquisiciones en el 2013 implicó el aumento de este indicador. Para el 2014, incrementamos nuestra eficiencia y mantenemos esta tendencia positiva en favor del medio ambiente.



Plantas Cero Residuos

Tenemos el firme propósito de encontrar la mejor manera de gestionar nuestros residuos e incluso de incrementar el número de instalaciones Cero Residuos. A la fecha contamos con 8 plantas con esta certificación y continuamos fomentando su práctica para poder llegar a más en el mediano plazo. Esto trae consigo los siguientes beneficios ambientales:

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

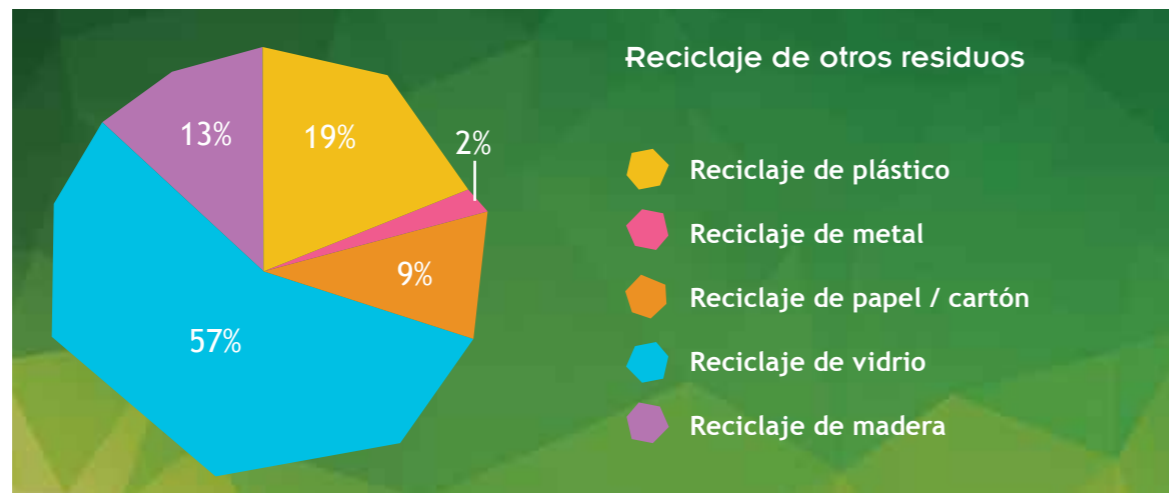
Reciclaje

G4-20, 21 y EN23

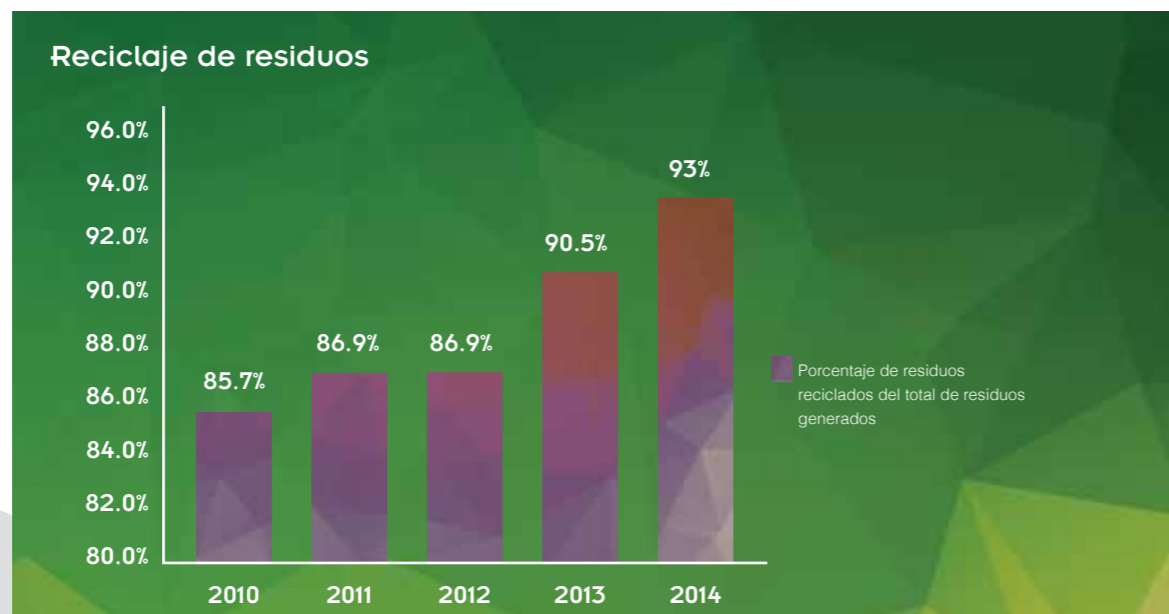
Debido al fuerte impulso que como empresa hemos dado a la cultura ambiental y al reciclaje, a través de la Planta de la Industria Mexicana de Reciclaje (IMER), reaprovechamos en 2014

un total de 16,656 toneladas de PET, llegando a un acumulado de 120,565 toneladas desde 2005 a la fecha. Además, reciclamos PET en Argentina a través de CABELMA y en Colombia a través de ENKA, fomentando no solo la cultura del reciclaje pero la creación y facilitación de esta industria. Adicionalmente, gracias a contratos con socios en Colombia y Argentina compramos en total 19,441 toneladas de PET reciclado de grado alimenticio.

En el 2014 reciclamos más de 148,000 toneladas de nuestros residuos y aseguramos la correcta disposición de 41,918 toneladas de residuos peligrosos.



Tenemos el objetivo de aumentar anualmente en 2% la cantidad de residuos reciclados del total de residuos generados. Del 2013 al 2014 aumentamos en un 3% este indicador y seguimos trabajando para que, en el 2020, todas nuestras plantas reciclen el 90% de los residuos generados. Actualmente, a nivel global reciclamos el 93% de nuestros residuos y tenemos algunas plantas y operaciones que para el 2020 llegarán al 90%.



Operación	Resultado 2014
Coca-Cola FEMSA	93%
Argentina	89%
Brasil	88%
Centroamérica	88%
Colombia	93%
Filipinas	95%
México	96%
Venezuela	95%

Contribución a Meta 2020:
En el 2020, todas nuestras operaciones reciclarán el 90% de sus residuos generados.

Empaques

G4-20 y 21

El compromiso que tenemos en Coca-Cola FEMSA con el medio ambiente se traduce en investigación y desarrollo aplicado a todos nuestros procesos. En materia de empaque –tema central de nuestra operación– el desarrollo de nuevos envases nos ha permitido ser mucho más eficientes y amigables con el entorno utilizando cada vez más materiales reciclados y con un alto valor de eficiencia ambiental.

En 2014 desarrollamos las tapas ultra-aligeradas en bebidas carbonatadas y no carbonatadas para algunas botellas en México, así como la reducción constante de empaques de todos nuestros productos, lo cual nos llevó a generar un ahorro de 3,829 toneladas por optimización, uso de materiales y procesos de producción. Desde el 2010 hemos ahorrado un total de 31,424 toneladas de plástico para la producción de nuestros empaques.

Uso de resinas recicladas y renovables

G4-20 y 21

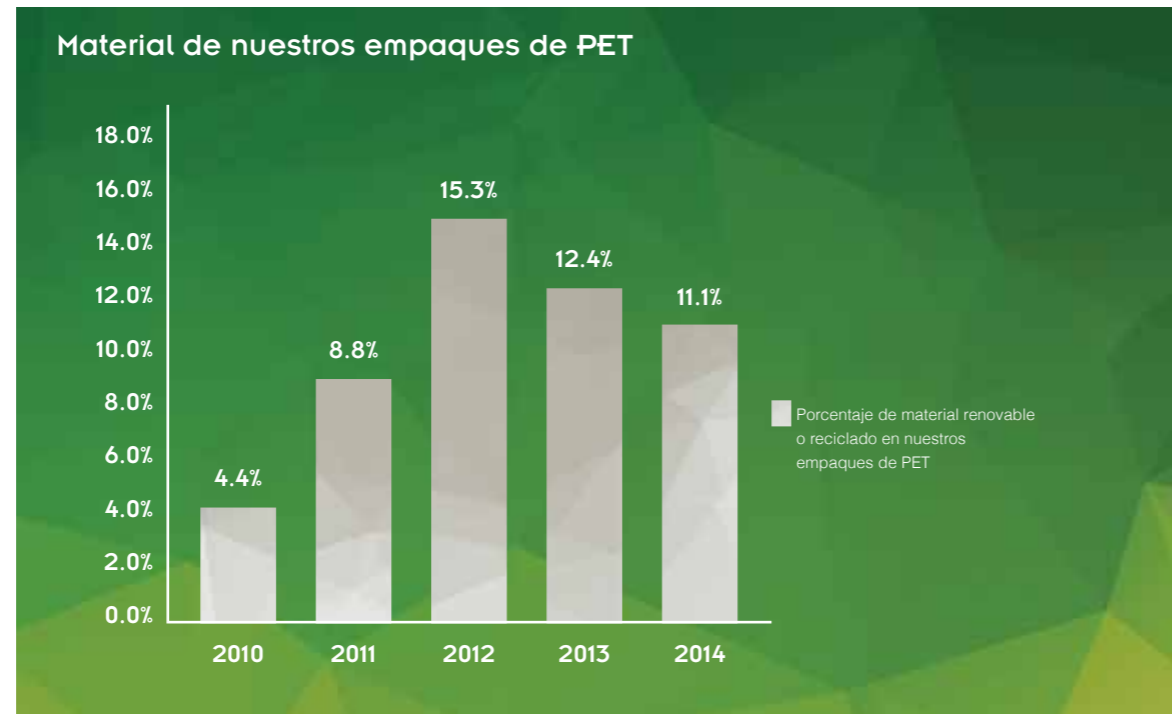
Dentro de los resultados más significativos en los últimos años destaca que en 2005 creamos la Planta de la Industria Mexicana de Reciclaje (IMER) en conjunto con Alpla y *The Coca-Cola Company* México, integrando PET reciclado en nuestros empaques. En 2009 se integró Bio-PET en nuestros empaques con la característica de tener hasta el 30% de material renovable de origen vegetal. En 2013 comenzamos a utilizar material reciclado en nuestros empaques de PET en las operaciones de Centroamérica.

Durante 2014 se concluyó la fase de investigación y desarrollo de productos elaborados con la innovadora resina Future PET, la cual, con un 25% de material reciclado, tiene las mismas propiedades y calidad que la resina virgen permitiendo su manejo óptimo durante los

Contribución a Meta 2020: En Coca-Cola FEMSA trabajamos continuamente por integrar mayor cantidad de materiales renovables y reciclados en nuestros empaques de PET para que en el 2020 al menos el 25% del empaque provenga de este tipo de resinas.

procesos de producción a la vez de ser mucho más eficiente en energía y residuos. Nuestros productos estarán utilizando dicha resina a partir del año 2015.

Para el 2015, tenemos el objetivo de lograr que el 25% del total del material de los envases PET sea de material reciclado o renovable. Terminamos 2014 con un porcentaje global de 11.1% de material reciclado usado en todos nuestros empaques.



Latas y vidrio

G4-20 y 21

Tanto en latas como en vidrio contamos con los mejores diseños disponibles en el mercado en materia de eficiencia de materiales. Tenemos los empaques más ligeros en el sector e integramos la mayor cantidad de material reciclado en cada uno de ellos. En 2014 aumentamos el material reciclado en nuestras latas del 45% hasta el 90%, dependiendo de la disponibilidad de material en mercado.

Innovaciones 2014

G4-20 y 21

Desarrollamos las botellas más ligeras del Sistema Coca-Cola, aligerando el cuerpo, acabado y tapa, así como incrementando la eficiencia en la línea de etiquetado.



1. Aligeramiento botella Ciel 355ml de 15.5 g a 10 g, equivalente a la reducción del 35.5% de PET
2. Aligeramiento botella Ciel 600ml de 15.5 g a 11.2 g, equivalente a la reducción del 27.7% de PET
3. Aligeramiento tapa de 2.15 g a 1.35 g, equivalente a la reducción del 37.2% de Polietileno
4. Cambiamos a la etiqueta *adhesleeve* evitando por completo el consumo del adhesivo *hot-melt*, con ahorros energéticos y de material.
5. Premio Envase Estelar 2014 por el desarrollo de la etiqueta *adhesleeve* entregado por la Asociación Mexicana de Envase y Embalaje (AMEE)



Rediseño del portafolio de las botellas para bebidas carbonatas de sabores para lograr la botella de 2 litros más liviana del mercado con una reducción del tamaño de etiqueta en un 50%. Además, redujimos en un 11% la cantidad de PET utilizado de 42.5 a 38.0 gramos.

Energía

G4-20, 21, EN3, EN4, EN5, EN6, EN7, EN16, EN18, EN19, EN20, EN29, EC2 y EC8

En Coca-Cola FEMSA hacemos enormes esfuerzos para reducir el impacto de nuestras actividades en el medio ambiente. Nuestras emisiones son reportadas al *Carbon Disclosure Project* (CDP) desde 2012, así como al Programa Voluntario de Contabilidad y Gases de Efecto Invernadero de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) en México, con lo cual reafirmamos nuestro compromiso con la transparencia y los esfuerzos internacionales en materia de cambio climático.

La medición de gases de efecto invernadero nos ayuda a identificar nuestras áreas de oportunidad para mejorar nuestro rendimiento y la adaptación al cambio climático. La combinación de innovaciones de optimización de embalaje, aumento de nuestra eficiencia operativa en términos de uso de energía y la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero y el uso de fuentes de energía limpia hace que nuestros productos en el mercado sean mejores para el medio ambiente contra otros con menor eficiencia de carbono.

Emisiones

G4-EN15, EN16 y EN21

Buscamos mantener una tendencia positiva en reducción de huella de carbono. Desde el 2004 hemos logrado reducir nuestras emisiones constantemente, llegando a emitir 18.90 gramos CO₂(eq) por litro de bebida en el 2014.

Eficiencia en Emisiones de Gases de Efecto Invernadero en Manufactura



Contribución a Meta 2020: La tendencia positiva que hemos mantenido contribuye de manera significativa a la reducción del 20% de nuestra huella de carbono en la cadena de valor para el 2020.

Respecto a las emisiones de NO_x, SO_x, sustancias que agotan la capa de ozono y otras emisiones, no representan más del 1% de las emisiones totales, por lo cual no se consideran materiales.

Consumo de energía

G4-EN3

Trabajamos por mejorar en un 2% anualmente la producción de bebidas por unidad energética. Del 2004 al 2014 hemos logrado aumentar nuestra eficiencia en un 21%, cumpliendo y superando nuestra meta anual.

Eficiencia energética



Consumo de energía limpia

G4-EN19

Con el objetivo de mitigar nuestra huella ambiental, continuamos con la estrategia de utilizar energías limpias en la medida que nuestra operación nos lo permite. Por ejemplo, seguimos utilizando energía eólica por el equivalente al 100% de la energía que utiliza nuestra Planta de Toluca, Estado de México, y además incrementamos nuestro uso de energía renovable en un 73% representando ahora un total del 8.4% de la energía que consumimos a nivel global y el 27% de nuestro consumo energético en México.

Refrigeración

Durante 2014 continuamos con nuestra tarea de transformarnos en una empresa cada vez más eco-eficiente, por tal motivo dimos continuidad a la renovación de equipos de refrigeración de menor consumo energético y mayor uso de gases refrigerantes con menor impacto ambiental. En el año sustituimos un total de 54,251 refrigeradores.

Contribución a Meta 2020: Este importante aumento en energías limpias en México demuestra el progreso para poder abastecer el 85% de la energía en el país en el 2020 con fuentes limpias.



Transporte Sostenible

G4-EN30

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

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

Además contamos con distintos programas de eficiencia energética en nuestras operaciones, por ejemplo desde 2009 iniciamos la renovación de la flota de vehículos de carga de distribución, que cuentan con tecnología EPA04, lo que nos permite reducir hasta en un 38% nuestras emisiones de NO_x en comparación con los modelos anteriores EPA98.

Tabla de Indicadores ambientales

G4-EN3, EN5, EN6, EN7, EN10, EN15, EN16, EN18, EN19, EN22, EN23 y EN28

Área	Indicador	Unidad	2010	2011	2012	2013	2014
Agua	Bebida producida	Miles de millones de litros	20.0	20.7	21.2	21.1	21.0
	Consumo agua	Miles de millones de litros	39.1	37.9	37.3	37.0	37.7
	Eficiencia en agua	Litros de agua por litro de bebida producida	1.96	1.83	1.76	1.75	1.79
	Reciclaje de agua	Porcentaje de agua regresada tratada en nuestras operaciones de manufactura	100	100	100	100	100
Residuos y Reciclaje	Material renovable/ reciclado en PET	Porcentaje sobre el total	4.3	8.8	15.3	12.4	11.1
	Consumo PET total	Toneladas	222,669	234,411	262,350	265,923	287,104
	Consumo PET virgen	Toneladas	213,076	213,862	222,262	233,022	256,567
	Consumo PET reciclado	Toneladas	9,593	9,549	14,024	14,691	19,441
	Consumo PET BioPET	Toneladas	-	11,000	26,064	18,209	12,542
	Ahorros por optimización de empaques	Toneladas	14,339	7,315	3,864	2,077	3,829
	Eficiencia en residuos	Gramos por litro de bebida producida	8.9	8.6	7.9	9.1	9.0
	Residuos reciclados	Porcentaje sobre el total	85.7	86.9	86.9	90.5	93.5
	Residuos generados	Toneladas	178,653	177,507	167,197	193,009	189,011
	Residuos reciclados *	Toneladas	153,024	154,281	145,228	174,672	176,661
Energía	Eficiencia en gases de efecto invernadero	Gramos de CO _{2(eq)} por litro de bebida en manufactura	18.96	20.20	19.90	19.70	18.90
	Eficiencia energética	Litros de bebida producida por MJ	3.69	3.86	3.89	4.03	4.07
	Consumo energía total	Millones de MJ	5,417.6	5,371.5	5,450.3	5,240.9	5,170.9
	Consumo de energía renovable	Porcentaje sobre el total de energía en México	0	13	13	27	27

* Se incluyen residuos peligrosos.

Fundación FEMSA

Coca-Cola FEMSA se une a los esfuerzos que, desde 2008, Fundación FEMSA lidera con el fin de proteger los ecosistemas y ayudar al desarrollo social de manera sostenible, a favor de la gente y la naturaleza.

Fundación FEMSA está encausada principalmente al tema de conservación y uso sostenible del agua, así como al apoyo de iniciativas que mejoren la nutrición de las personas en comunidades donde operamos. Por ello, durante el 2014 y a través de alianzas específicas nuestros principales programas fueron:

- Vehículos potabilizadores de agua, en Colombia, Brasil, Filipinas y México.
- Segunda etapa del proyecto La Gallina en Nicaragua.
- Agua para la Vida en Nicaragua.
- Agua por el Futuro en Colombia, Costa Rica, Guatemala y Panamá.
- Colegios con Educación Alimentaria en Colombia.

Vehículos potabilizadores de agua (Colombia, Brasil, Filipinas y México)

Coca-Cola FEMSA junto con Fundación FEMSA puso en servicio vehículos potabilizadores de respuesta a desastres en Colombia, Brasil, Filipinas y México. Esto con el objetivo de brindar agua potable a poblaciones vulnerables y con escasez de este recurso o que hayan sufrido algún desastre natural que haya complicado el acceso a agua potable.

Los vehículos son capaces de potabilizar hasta un total de 27,000 litros de agua en un día. Cada proceso está controlado por toma de muestras y evaluación de la fuente para asegurar que esta sea apta para potabilizarse. En 2014 logramos entregar más de 3 millones de litros de agua a más de 165,000 personas.



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

A través de Fundación FEMSA nos unimos al trabajo de sus otros dos aliados, *Millennium Water Alliance* y Coca-Cola Latinoamérica, en el proyecto Lazos de Agua. En colaboración con 6 organizaciones el programa busca llevar soluciones integrales de acceso a agua segura, saneamiento y promoción de higiene a través de un esquema participativo. Este año logró beneficiar con acceso a fuentes de agua mejoradas a más de 34,000 personas, llevar acceso a infraestructura mejorada de saneamiento para más de 3,800 personas y promocionar y educar a más de 47,000 habitantes en temas de higiene y saneamiento.

Segunda etapa de La Gallina (Nicaragua)

A través de la organización Hábitat para la Humanidad y con participación de Fundación FEMSA y de Coca-Cola FEMSA Nicaragua, se construyeron 60 unidades sanitarias (eco-baños) en la comunidad de La Gallina, San Rafael del Sur, Nicaragua. Esto dando continuación a la primera etapa del proyecto, la construcción de un pozo de agua potable que ha abastecido a aproximadamente 164 personas.

Agua para la Vida (Nicaragua)

Junto con Fundación FEMSA apoyamos a la Fundación Agua para la Vida y a la Alcaldía Municipal de Rancho Grande, Nicaragua, para construir un mini-acueducto por gravedad que, por medio de más de 13,600 metros de red de distribución y 80 conexiones domiciliarias y micro-medidores domiciliarios busca ampliar la cobertura y el acceso de agua potable para consumo humano. Además, instalamos 90 letrinas e inodoros ecológicos para cambiar actitudes y prácticas de la comunidad relacionadas a la higiene y uso de los servicios de agua potable y saneamiento para reducir enfermedades.

Agua por el Futuro (Colombia, Costa Rica, Guatemala y Panamá)

Con el enfoque de asegurar que toda el agua utilizada en nuestras operaciones regrese a la naturaleza, colaboramos con *The Coca-Cola Company* y otros embotelladores del Sistema Coca-Cola para reabastecer a la naturaleza la cantidad equivalente al agua que utilizamos en nuestros procesos productivos.

A través de una cooperación con la Alianza Latinoamericana de Fondos de Agua, de la que Fundación FEMSA es socio fundador, en sólo 3 años, Agua por el Futuro ayudará a conservar más de 6,000 hectáreas de cuencas hídricas, reabasteciendo 6.9 millones de metros cúbicos de agua a la naturaleza a través de la inversión de 7.4 millones de dólares en al menos 5 países de la región. De esta manera no sólo se conserva el recurso natural sino que también coloca a las comunidades en camino del uso sustentable del agua para que futuras generaciones no tengan desabasto de ella.

Colegios con Educación Alimentaria (Colombia)

En alianza con Fundación Alpina se desarrolló un programa de educación Alimentaria, donde fomentamos los estilos de vida activos y saludables, proporcionado hechos y datos para la toma de decisiones informadas a la hora de elegir sus alimentos. Más de 500 niños de 6 a 13 años fueron beneficiados este año con 119 talleres de educación nutricional en sus escuelas.

Principios del pacto mundial

G4-EN18, PR6 y SO5

Coca-Cola FEMSA, como parte estructural de FEMSA, está adherida al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, iniciativa internacional que promueve la gestión organizacional respetando 10 principios básicos en materia de derechos humanos, derechos laborales, medio ambiente y anticorrupción.

Áreas	Principios del Pacto Mundial	Indicadores GRI
Derechos Humanos	1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	Desempeño social: HR1-HR3, HR4, HR5, HR6, HR7, HR8, HR9 LA4, LA6-LA9, LA13, LA14, SO5 PR1, PR2, PR8. Desempeño económico: EC5
	2. Evitar la complicidad en la violación de los derechos humanos.	Desempeño social: HR1-HR3, HR4, HR5, HR6, HR7, HR8, HR9 SO5
Derechos Laborales	3. Apoyar y respetar la libertad de asociación y filiación y, el reconocimiento efectivo a la negociación colectiva.	Desempeño social: LA4-LA5 HR1-HR3, HR5 SO5
	4. Eliminar toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	Desempeño social: HR1-HR3, HR7 SO5
	5. Erradicar el trabajo infantil.	Desempeño social: HR1-HR3, HR6 SO5
Medio Ambiente	6. Eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.	Desempeño social: LA2, LA15, LA13, LA14 SO5 Desempeño económico: EC7
	7. Aplicar enfoques orientados al desafío de la protección medioambiental.	Desempeño económico: EC2 Desempeño medioambiental: EN18, EN26, EN30, Desempeño social: SO5
	8. Fomentar una mayor responsabilidad ambiental.	Desempeño medioambiental: EN1, EN2, EN3-EN7, EN8-EN10, EN11-EN15, EN16-EN25, EN26, EN27, EN28, EN29, EN30 Desempeño social: SO5 PR3, PR4.
Anti-corrupción	9. Facilitar el desarrollo y la divulgación de medios tecnológicos respetuosos con el medio ambiente.	Desempeño medioambiental: EN2, EN5-EN7, EN10, EN18, EN26, EN27, EN30 Desempeño social: SO5
	10. Lucha contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.	Desempeño social: SO2-SO4, SO5-SO6

Acercas de nuestro informe

G4-13, 18a, 18b, 22, 23, 28, 29 y 30

El presente Informe de Sostenibilidad de Coca-Cola FEMSA 2014 representa la séptima ocasión consecutiva en la que la empresa realiza este ejercicio de transparencia y rendición de cuentas de manera anual y apegada a los lineamientos estipulados por el *Global Reporting Initiative* (GRI).

La cobertura del mismo comprende del 01 de enero al 31 de diciembre de 2014 y abarca la gestión de Coca-Cola FEMSA en todos los países en donde se tienen operaciones: Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Filipinas, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá y Venezuela. Su cobertura y alcance no variaron ni se reformularon respecto de informes anteriores.

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

El documento fue elaborado siguiendo los lineamientos de la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad del GRI en su versión 4, además de considerar los indicadores correspondientes al Suplemento Sectorial para Empresas Procesadores de Alimentos y Bebidas de la misma guía y cumplir con los Principios para determinar el Contenido de la Memoria, a saber:

- Participación de los grupos de interés, identificándolos y dando respuesta razonable a sus expectativas.
- Contexto de sostenibilidad, mediante la descripción de la gestión de la empresa en su contribución en la mejora y el empoderamiento de las condiciones, los avances y las tendencias económicas, ambientales y sociales a nivel local, regional e internacional.
- Materialidad, mediante el abordaje de temas económicos, sociales y ambientales, así como aquellos que influyen en la percepción de los grupos de interés.
- Exhaustividad, con el objeto de recopilar y reportar información relevante de manera razonable y adecuada.

Este Informe consideró los principios de la Norma AA1000 para garantizar la materialidad de su contenido, además de dar debida observancia a lo estipulado en los protocolos de medición del *Carbon Disclosure Project* (CDP).

De igual manera, el presente documento complementa el Reporte de Comunicación Sobre el Progreso (COP) 2014 de FEMSA, que responde a la adhesión y aplicación de los diez Principios del Pacto Mundial de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) dentro de la empresa.

La información contenida fue sometida a una revisión de tercera parte realizada por la firma Deloitte, mediante un muestreo de 47 indicadores materiales. Se contó con la redacción de Promotora ACCSE para la integración del contenido. Diseño de portada y contraportada por Signi.

Índice GRI-G4



Contenidos GRI 4	Página (s)	Reporte	Razón de omisión	Verificación externa
Estrategia y análisis				
G4-1 Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización.	Mensaje de la Dirección General. p. 2 Mensaje del Director de Asuntos Corporativos. p. 3	Completo		
G4-2 Principales efectos, riesgos y oportunidades.	Mensaje de la Dirección General. p. 2 Mensaje del Director de Asuntos Corporativos. p. 3 Coca-Cola FEMSA Hoy. p. 8	Completo		
Perfil de la organización				
G4-3 Nombre de la organización.	Contraportada.	Completo		
G4-4 Marcas, productos y servicios más importantes de la organización.	Nuestros productos. pp. 24-28	Completo		
G4-5 Lugar donde se encuentra la sede de la organización.	Coca-Cola FEMSA Hoy. p. 8	Completo		
G4-6 Indique en cuántos países opera la organización.	Coca-Cola FEMSA Hoy. p. 8	Completo		
G4-7 Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	Gobierno Corporativo p. 14 Coca-Cola FEMSA, S.A.B. de C.V.	Completo		
G4-8 Indique a qué mercados se sirve (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios).	Coca-Cola FEMSA Hoy. p. 8 Presencia. p. 4	Completo		
G4-9 Determine la escala de la organización, indicando: <ul style="list-style-type: none"> Número de empleados; Número de operaciones; Ventas netas (para las organizaciones del sector privado) o ingresos netos (para las organizaciones del sector público); capitalización, desglosada en términos de deuda y patrimonio (para las organizaciones del sector privado); y Cantidad de productos o servicios que se ofrecen. 	Coca-Cola FEMSA Hoy. p. 6 Resultados del negocio. p. 9 Plantilla laboral. p. 44	Completo		
G4-10 a. Número de empleados por contrato laboral y sexo. b. Número de empleados fijos por tipo de contrato y sexo. c. Tamaño de la plantilla por empleados, trabajadores contratados y sexo. d. Tamaño de la plantilla por región y sexo. e. Indique si una parte sustancial del trabajo de la organización lo desempeñan trabajadores por cuenta propia reconocidos jurídicamente, o bien personas que no son empleados ni trabajadores contratados, tales como los empleados y los empleados subcontratados por los contratistas. f. Comuniquen todo cambio significativo en el número de trabajadores (por ejemplo, las contrataciones estacionales en la temporada turística o en el sector agrícola).	Plantilla laboral. p. 44	Completo		✓ pp. 102-104

Contenidos GRI 4	Página (s)	Reporte	Razón de omisión	Verificación externa
G4-11 Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	Plantilla laboral. p. 44	Completo		
G4-12 Describa la cadena de suministro de la organización.	No reportado			
G4-13 Comuniquen todo cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización.	No reportado			
Participación en iniciativas externas				
G4-14 Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución.	Estudio de Materialidad. pp. 34-35 Compromiso con Grupos de Interés y Canales de Diálogo. p. 36-38	Completo		
G4-15 Elabore una lista de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.	Mensaje de la Dirección General. p. 2 Mensaje del Director de Asuntos Corporativos. p. 3 Participación Empresarial. pp. 22-23 Principios del Pacto Mundial. p. 86	Completo		
G4-16 Elabore una lista de las asociaciones y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece.	Participación Empresarial. pp. 22-23	Completo		✓ pp. 102-104
Aspectos materiales y cobertura				
G4-17 a. Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes. b. Señale si alguna de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes no figuran en la memoria.	Resultados del Negocio. p. 9	Parcial		No
G4-18 a. Describa el proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto. b. Explique cómo ha aplicado la organización los principios de elaboración de memorias para determinar el contenido de la memoria.	Estudio de Materialidad. pp. 34-35 Acerca de Nuestro Informe. p. 87	Completo		No
G4-19 Elabore una lista de los aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.	Estudio de Materialidad. pp. 34-35	Completo		No

Contenidos GRI 4	Página (s)	Reporte	Razón de omisión	Verificación externa
G4-20	Indique la cobertura dentro de la organización de cada aspecto material. Estudio de Materialidad p. 34-35 Agua p. 70 Empaques p. 77 Reciclaje p. 75 Energía p. 79 Deporte y activación física p. 55 Productos sostenibles: Uso de resinas recicladas y renovables p. 77 Latas y vidrio p. 78 Innovaciones p. 79 Mercadotecnia responsable p. 29 Capacitación y desarrollo p. 46 Desarrollo integral p. 44	Completo		No
G4-21	Indique la cobertura fuera de la organización de cada aspecto material. Estudio de Materialidad p. 34-35 Agua p. 70 Empaques p. 77 Reciclaje p. 75 Energía p. 79 Deporte y activación física p. 55 Productos sostenibles: Uso de resinas recicladas y renovables p. 77 Latas y vidrio p. 78 Innovaciones p. 79 Mercadotecnia responsable p. 29	Completo	El aspecto material Nuestra Gente sólo tiene alcance interno.	No
G4-22	Describa las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas. Acerca de Nuestro Informe. p. 87	Completo		No
G4-23	Señale todo cambio significativo en el Alcance y la Cobertura de cada Aspecto con respecto a memorias anteriores. Acerca de Nuestro Informe. p. 87	Completo		No
Participación de los grupos de interés				
G4-24	Elabore una lista de los grupos de interés vinculados a la organización. Compromiso con Grupos de Interés y Canales de Diálogo. p. 36	Completo		No
G4-25	Indique en qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja. Compromiso con Grupos de Interés y Canales de Diálogo. p. 36	Completo		No
G4-26	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, o señale si la participación de un grupo se realizó específicamente en el proceso de elaboración de la memoria. Compromiso con Grupos de Interés y Canales de Diálogo. p. 36	Completo		✓ pp. 102-104
G4-27	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. Especifique qué grupos de interés plantearon cada uno de los temas y problemas clave. Estudio de Materialidad. p. 34 Compromiso con Grupos de Interés y Canales de Diálogo. p. 36	Completo		No
Perfil de la memoria				
G4-28	Periodo objeto de la memoria (por ejemplo, año fiscal o año calendario). Acerca de Nuestro Informe. p. 87	Completo		
G4-29	Fecha de la última memoria (si procede). Acerca de Nuestro Informe. p. 87	Completo		

Contenidos GRI 4	Página (s)	Reporte	Razón de omisión	Verificación externa
G4-30	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.). Acerca de Nuestro Informe. p. 87	Completo		
G4-31	Facilite un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido de la memoria. Datos de Contacto 3º de forros	Completo		
Índice GRI				
G4-32	Indique qué opción «de conformidad» con la Guía ha elegido la organización. Básico.	Completo		
G4-33	Describa la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria. Verificación externa pp. 102-104.			
Gobierno				
G4-34	Describa la estructura de gobierno de la organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno. Indique qué comités son responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales. Gobierno Corporativo. pp. 14-18	Completo		
G4-35	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. Gobierno Corporativo. p. 14-18	Completo		
G4-36	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. Gobierno Corporativo. p. 14-18	Completo		
G4-37	Describa los procesos de consulta entre los grupos de interés y el órgano superior de gobierno con respecto a cuestiones económicas, ambientales y sociales. Compromiso con Grupos de Interés y Canales de Diálogo. p. 36	Completo		
G4-38	Describa la composición del órgano superior de gobierno y de sus comités. Gobierno Corporativo. p. 14-18	Completo		
G4-39	Indique si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo. De ser así, describa sus funciones ejecutivas y las razones de esta disposición. Gobierno Corporativo. p. 14-18	Completo		
G4-40	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 del primero. Gobierno Corporativo. p. 14-18	Completo		
G4-41	Describa los procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de intereses. Indique si los conflictos de intereses se comunican a los grupos de interés. Gobierno Corporativo. p. 14-18	Completo		
Papel del órgano superior de gobierno a la hora de establecer los propósitos, los valores y la estrategia de la organización				
G4-42	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. Gobierno Corporativo. pp. 14-18	Completo		

Contenidos GRI 4	Página (s)	Reporte	Razón de omisión	Verificación externa
Evaluación de las competencias y el desempeño del órgano superior de gobierno				
G4-43	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.	Gobierno Corporativo. pp. 14-18	Parcial	Para más información consultar: www.coca-colafemsa.com/inversionistas
G4-44 a.	Describa los procesos de evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con el gobierno de los asuntos económicos, ambientales y sociales. Indique si la evaluación es independiente y con qué frecuencia se lleva a cabo. Indique si se trata de una autoevaluación.	Gobierno Corporativo. pp. 14-18	Parcial	Para más información consultar: www.coca-colafemsa.com/inversionistas
b.	Describa las medidas adoptadas como consecuencia de la evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con la dirección de los asuntos económicos, ambientales y sociales; entre otros aspectos, indique como mínimo si ha habido cambios en los miembros o en las prácticas organizativas.			
Funciones del órgano superior de gobierno en la gestión del riesgo				
G4-45 a.	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. Señale también cuál es el papel del órgano superior de gobierno en la aplicación de los procesos de diligencia debida.	Gobierno Corporativo. pp. 14-18	Completo	Compromiso con Grupos de Interés y Canales de Diálogo. p. 36
b.	Indique si se efectúan consultas a los grupos de interés para utilizar en el trabajo 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	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.	Gobierno Corporativo. p. 18	Completo	
G4-47	Indique con qué frecuencia analiza el órgano superior de gobierno los impactos, los riesgos y las oportunidades de índole económica, ambiental y social.	Gobierno Corporativo. pp. 14-18	Completo	Compromiso con Grupos de Interés y Canales de Diálogo. p. 36
Función del órgano superior de gobierno en la elaboración de la memoria de sostenibilidad				
G4-48	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.	Dirección de Asuntos Corporativos.	Completo	
Funciones del órgano superior de gobierno en la evaluación del desempeño económico, ambiental y social				
G4-49	Describa el proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno.	Compromiso con Grupos de Interés y Canales de Diálogo. p. 36		
G4-50	Señale la naturaleza y el número de preocupaciones importantes que se transmitieron al órgano superior de gobierno; describa asimismo los mecanismos que se emplearon para abordarlas y evaluarlas.	No reportado	Parcial	Para más información consultar: http://www.coca-colafemsa.com/femsa/web/conteudo_es.asp?idioma=2&conta=47&tipo=27697

Contenidos GRI 4	Página (s)	Reporte	Razón de omisión	Verificación externa
Retribución e incentivos				
G4-51	Describa las políticas de remuneración para el órgano superior de gobierno y la alta dirección	Compensación y beneficios. p. 47	Completo	
G4-52	Describa los procesos mediante los cuales se determina la remuneración. Indique si recurre a consultores para determinar la remuneración y si estos son independientes de la dirección. Señale cualquier otro tipo de relación que dichos consultores en materia de retribución puedan tener con la organización.	Compensación y beneficios. p. 47	Completo	
G4-53	Explique cómo se solicita y se tiene en cuenta la opinión de los grupos de interés en lo que respecta a la retribución, incluyendo, si procede, los resultados de las votaciones sobre políticas y propuestas relacionadas con esta cuestión.	No reportado	—	No se considera la consulta abierta a los grupos de interés en esta materia.
G4-54	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.	No reportado	—	A la fecha no se tienen cálculos en esa materia, sin embargo los sueldos y salarios de todo el personal son lo suficientemente competitivos y atractivos de acuerdo al mercado laboral de los lugares en donde tenemos operaciones.
G4-55	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.	No reportado	—	A la fecha no se tienen cálculos en esa materia, sin embargo los incrementos salariales de todo el personal son lo suficientemente competitivos y atractivos de acuerdo al mercado laboral de los lugares en donde tenemos operaciones.
Ética e integridad				
G4-56	Describa los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.	Código de Ética de Negocios. p. 19 Cultura y valores. p. 42	Completo	
G4-57	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.	Sistema de Denuncias. p. 20	Completo	
G4-58	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.	Sistema de Denuncias. p. 20	Completo	

Contenidos GRI 4	Página (s)	Reporte	Razón de omisión	Verificación externa
Desempeño Económico				
G4-EC1	Indique el valor económico directo generado y distribuido conforme al «principio del devengo», teniendo en cuenta, entre otros aspectos, los elementos básicos para las operaciones internacionales de la organización que se indican a continuación.	Impacto económico. p. 10	Completo	✓ pp. 102-104
G4-EC2	Consecuencias económicas y otros riesgos y oportunidades para la organización debido al cambio climático.	Nuestra planeta. p. 79	Completo	
G4-EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización derivadas de su plan de prestaciones.	Compensación y beneficios. pp. 47-48		
G4-EC4	Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno.	No aplica	— No se reciben apoyos del gobierno	
G4-EC5	Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	No reportado		
G4-EC6	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	No reportado		
Aspecto: Consecuencias económicas indirectas				
G4-EC7	Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios.	Estilos de vida saludable p. 55 Desarrollo comunitario p. 60 Abastecimiento p. 63	Completo	✓ pp. 102-104
G4-EC8	Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos.	Estilos de vida saludable p. 55 Desarrollo comunitario p. 60 Abastecimiento p. 63 Fundación FEMSA. pp. 84-85	Completo	
Aspecto: Prácticas de adquisición				
G4-EC9	Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.	No reportado		
Desempeño Ambiental				
Aspecto: Materiales				
G4-EN1	Materiales por peso y volumen.	Tabla de indicadores ambientales. p. 83	Completo	
G4-EN2	Porcentajes de los materiales utilizados que son materiales reciclados.	Residuos y reciclaje. p. 74	Completo	✓ pp. 102-104
Aspecto: Energía				
G4-EN3	Consumo energético interno.	Energía. p. 79	Completo	✓ pp. 102-104
G4-EN4	Consumo energético externo.	Energía. p. 79	Completo	
G4-EN5	Intensidad energética.	Energía. p. 79	Completo	
G4-EN6	Reducción del consumo energético.	Energía. p. 79	Completo	
G4-EN7	Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios.	Energía. pp. 79	Completo	
Aspecto: Agua				
G4-EN8	Captación del agua según la fuente.	Agua. p. 70	Completo	✓ pp. 102-104
G4-EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	No reportado		
G4-EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	Agua. p. 70	Completo	✓ pp. 102-104

Contenidos GRI 4	Página (s)	Reporte	Razón de omisión	Verificación externa
Aspecto: Biodiversidad				
G4-EN11	Instalaciones operativas propias, aprendadas, arrendadas, gestionadas que sean adyacentes, contengan o estén ubicada en áreas y áreas no protegidas de gran valor para la biodiversidad.	No aplica	—	Todas nuestras instalaciones se encuentran ubicadas en zonas comerciales e industriales apegadas a planes de desarrollo urbano, industrial y comercial de los países y localidades en donde tenemos operaciones.
G4-EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, los productos y los servicios.	No aplica	—	Todas nuestras instalaciones se encuentran ubicadas en zonas comerciales e industriales apegadas a planes de desarrollo urbano, industrial y comercial de los países y localidades en donde tenemos operaciones.
G4-EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	Fundación FEMSA. p. 84		
G4-EN14	Número de especies incluidas en la lista roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones, según el nivel de peligro de extinción de la especie.	No aplica	—	Todas nuestras instalaciones se encuentran ubicadas en zonas comerciales e industriales apegadas a planes de desarrollo urbano, industrial y comercial de los países y localidades en donde tenemos operaciones.
Aspecto: Emisiones				
G4-EN15	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (alcance 1).	Emisiones. p. 80 Tabla de Indicadores ambientales. p. 83	Completo	✓ pp. 102-104
G4-EN16	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (alcance 2).	Emisiones. p. 80 Tabla de Indicadores ambientales. p. 83	Completo	✓ pp. 102-104
G4-EN17	Otras emisiones indirectas de efecto invernadero (alcance 3).	No reportado		
G4-EN18	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero.	Emisiones. p. 80 Tabla de Indicadores ambientales. p. 83	Completo	
G4-EN19	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.	Emisiones. p. 80 Tabla de Indicadores ambientales. p. 83	Completo	✓ pp. 102-104
G4-EN20	Emisiones de sustancias que agotan el ozono.	Emisiones. p. 80 Tabla de Indicadores ambientales. p. 83	Completo	
G4-EN21	NOx, SOx y otras emisiones atmosféricas significativas.	Emisiones. p. 80	Completo	Nuestras emisiones de NOx y SOx provenientes de fuentes móviles no se reportan por no ser significativas al compararse con las emisiones de CO ₂ (eq). ✓ pp. 102-104

Contenidos GRI 4	Página (s)	Reporte	Razón de omisión	Verificación externa
Aspecto: Efluentes y residuos				
G4-EN22	Vertido total de aguas, según su calidad y destino.	Agua. pp. 72-73	Completo	✓ pp. 102-104
G4-EN23	Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento.	Residuos y reciclaje. pp. 75-76	Completo	✓ pp. 102-104
G4-EN24	Número y volumen totales de los derrames significativos.	No aplica	—	No hubo derrames significativos en el periodo reportado.
G4-EN25	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos en virtud de los anexos I, II, III y VIII del Convenio de Basilea y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	No aplica	—	No se tienen este tipo de residuos
G4-EN26	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de las masas de agua y los hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos y escorrentía procedentes de la organización.	No aplica	—	Las operaciones de la empresa no afectan masas de agua y hábitats con alto valor de biodiversidad.
Aspecto: Productos y servicios				
G4-EN27	Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.	Residuos y reciclaje p. 74	Completo	
G4-EN28	Porcentaje de los productos vendidos y sus materiales de embalaje que se recuperan al final de su vida útil, por categorías de productos.	Residuos y reciclaje p. 74	Completo	
Aspecto: Cumplimiento regulatorio				
G4-EN29	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.	No aplica	—	No se reportaron multas significativas por esta materia en el periodo reportado.
Aspecto: Transporte				
G4-EN30	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.	Transporte Sostenible p. 82	Completo	✓ pp. 102-104
Aspecto: General				
G4-EN31	Desglose de los gastos y las inversiones ambientales.	Innovaciones p. 79 Transporte Sostenible p. 82	Completo	
Aspecto: Evaluación ambiental de los proveedores				
G4-EN32	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales.	Abastecimiento sostenible p. 63	Completo	✓ pp. 102-104
G4-EN33	Impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro, y medidas al respecto.	Abastecimiento sostenible p. 63	Completo	
Aspecto: Mecanismos de reclamación ambiental				
G4-EN34	Número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	No aplica	—	No se registran reclamaciones de esta naturaleza en el periodo reportado.
Aspecto: Empleo				
G4-LA1	Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región.	Plantilla laboral p. 44 Rotación p. 46	Completo	✓ pp. 102-104

Contenidos GRI 4	Página (s)	Reporte	Razón de omisión	Verificación externa
G4-LA2	Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosadas por ubicaciones significativas de actividad.	No reportado		
G4-LA3	Índices de reincorporación al trabajo y retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.	Reincorporación al trabajo después de maternidad-paternidad. p. 46	Completo	
Aspecto: Relaciones entre los trabajadores y la dirección				
G4-LA4	Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos.	Se actúa conforme a lo establecido en las leyes reglamentarias de los países en los que operamos.	Completo	✓ pp. 102-104
Aspecto: Salud y seguridad en el trabajo				
G4-LA5	Porcentaje de trabajadores que está representando en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	Seguridad y Salud Ocupacional p. 50	Completo	✓ pp. 102-104
G4-LA6	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	Seguridad y Salud Ocupacional p. 50	Completo	✓ pp. 102-104
G4-LA7	Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad.	No reportado	—	
G4-LA8	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con los sindicatos.	Compensación y beneficios p. 47	Completo	✓ pp. 102-104
Aspecto: Capacitación y educación				
G4-LA9	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral.	Capacitación y desarrollo p. 46	Completo	✓ pp. 102-104
G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.	Capacitación y desarrollo p.46	Completo	
G4-LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional.	Evaluación del desempeño, p. 48	Completo	
Aspecto: Diversidad e igualdad de oportunidades				
G4-LA12	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	Gobierno corporativo pp. 14-18 Inclusión y equidad p. 49	Completo	
Aspecto: Igualdad de retribución entre mujeres y hombres				
G4-LA13	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosada por categoría profesional y por ubicaciones significativas de actividad.	Compensaciones y beneficios p. 47	Completo	
Aspecto: Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores				
G4-LA14	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales.	Abastecimiento sostenible p. 63	Completo	
G4-LA15	Impactos negativos significativos, reales y potenciales, en las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto.	Abastecimiento sostenible p. 63	Completo	

Contenidos GRI 4	Página (s)	Reporte	Razón de omisión	Verificación externa
Aspecto: Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales				
G4-LA16	Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	No aplica	—	En el periodo reportado no hubo reclamaciones de esta naturaleza.
Aspecto: Inversión				
G4-HR1	Número y porcentaje de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyen cláusulas de derechos humanos o que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	Abastecimiento sostenible p. 63	Completo	
G4-HR2	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluido el porcentaje de empleados capacitados.	Código de Ética de Negocios p. 19	Completo	
Aspecto: No discriminación				
G4-HR3	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	Sistema de Denuncias. p. 20	Completo	✓ pp. 102-104
Aspecto: Libertad de asociación y negociación colectiva				
G4-HR4	Identificación de centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.	Abastecimiento sostenible p. 63	Completo	✓ pp. 102-104
Aspecto: Trabajo infantil				
G4-HR5	Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil.	Abastecimiento sostenible p. 63	Completo	
Aspecto: Trabajo forzoso				
G4-HR6	Centros y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso.	Abastecimiento sostenible p. 63	Completo	
Aspecto: Medidas de seguridad				
G4-HR7	Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas y procedimientos de la organización en materia de los derechos humanos relevantes para las operaciones.	Código de Ética de Negocios p. 19	Completo	
Aspecto: Derechos de la población indígena				
G4-HR8	Número de casos de violación de los derechos de los pueblos indígenas y medidas adoptadas.	No aplica	—	No se reportaron incidentes de esta naturaleza
Aspecto: Evaluación				
G4-HR9	Número de porcentaje de centros que han sido objeto de exámenes o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	Abastecimiento sostenible p. 63	Completo	

Contenidos GRI 4	Página (s)	Reporte	Razón de omisión	Verificación externa
Aspecto: Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos				
G4-HR10	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos.	Abastecimiento sostenible p. 63	Completo	✓ pp. 102-104
G4-HR11	Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro, y medidas adoptadas.	Abastecimiento sostenible p. 63	Completo	
Aspecto: Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos				
G4-HR12	Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	Sistema de Denuncias p. 20	Completo	
Aspecto: Comunidades locales				
G4-SO1	Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	Nuestra comunidad pp. 52-67 Fundación FEMSA p. 84	Completo	
G4-SO2	Centros de operaciones con efectos negativos significativos, posibles o reales, sobre las comunidades locales.	No aplica	—	
Aspecto: Lucha contra la corrupción				
G4-SO3	Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados.	Sistema de Denuncias. p. 20	Completo	✓ pp. 102-104
G4-SO4	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	Código de Ética de Negocios p. 19	Completo	✓ pp. 102-104
G4-SO5	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	Sistema de Denuncias. p. 20	Completo	
G4-SO6	Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario.	No aplica	—	La empresa no hace este tipo de contribuciones.
Aspecto: Prácticas de competencia desleal				
G4-SO7	Número de demandas por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia y resultado de las mismas.	No aplica	—	No se reportaron demandas de esta naturaleza durante el periodo reportado.
Aspecto: Cumplimiento regulatorio				
G4-SO8	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normatividad.	No aplica	—	No se reportaron multas significativas de esta naturaleza durante el periodo reportado. ✓ pp. 102-104 *El alcance de la revisión no incluye operaciones en Filipinas
Aspecto: Evaluación de la repercusión social de los proveedores				
G4-SO9	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social.	Abastecimiento sostenible p. 63	Completo	
G4-SO10	Impactos negativos significativos y potenciales para la sociedad en la cadena de suministro, y medidas adoptadas.	No reportado		Todas nuestras instalaciones se encuentran ubicadas en zonas comerciales e industriales apegadas a planes de desarrollo urbano, industrial y comercial de los países y localidades en donde tenemos operaciones.

Contenidos GRI 4	Página (s)	Reporte	Razón de omisión	Verificación externa
Aspecto: Mecanismos de reclamación por impacto social				
G4-SO11	Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	Sistema de Denuncias. p.20	Completo	
Responsabilidad sobre productos				
Aspecto: Salud y seguridad de los clientes				
G4-PR1	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.	Nuestros productos pp. 26-28	Completo	✓ pp. 102-104
G4-PR2	Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa 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, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	No aplica	—	No se reportaron incidentes de esta naturaleza durante el periodo reportado. ✓ pp. 102-104 *El alcance de la revisión no incluye operaciones en Filipinas.
Aspecto: Etiquetado de los productos y servicios				
G4-PR3	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos.	Mercadotecnia responsable. p. 29	Completo	✓ pp. 102-104
G4-PR4	Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y el etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado.	Mercadotecnia responsable. p. 29	Completo	No se reportaron incidentes de esta naturaleza durante el periodo reportado.. ✓ *El alcance de la revisión no incluye operaciones en Filipinas.
G4-PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	Mercadotecnia responsable p. 29	Completo	✓ pp. 102-104
Aspecto: Comunicaciones de mercadotecnia				
G4-PR6	Venta de los productos prohibidos o en litigio.	Mercadotecnia responsable p. 29 Estilos de vida saludable p. 55	—	La empresa no tiene este tipo de productos. ✓ pp. 102-104
G4-PR7	Número de casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, tales como la publicidad, la promoción y el patrocinio, desglosados en función del tipo de resultado.	No aplica	—	No se reportaron incidentes de esta naturaleza durante el periodo reportado. ✓ pp. 102-104 *El alcance de la revisión no incluye operaciones en Filipinas.
Aspecto: Privacidad de los clientes				
G4-PR8	Número de reclamaciones fundamentales sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	No aplica	—	No se reportaron incidentes de esta naturaleza durante el periodo reportado. ✓ pp. 102-104 *El alcance de la revisión no incluye operaciones en Filipinas.
Aspecto: Cumplimiento regulatorio				
G4-PR9	Costo de las multas significativas por incumplir la normativa y la legislación relativas al suministro y el uso de productos y servicios.	No aplica	—	No se reportaron multas de esta naturaleza durante el periodo reportado. ✓ pp. 102-104 *El alcance de la revisión no incluye operaciones en Filipinas.

Contenidos GRI 4	Página (s)	Reporte	Razón de omisión	Verificación externa
Suplemento sectorial de Alimentos y Bebidas				
G4-FP1	Porcentaje de volumen de materiales adquirido de proveedores que cumplen con las normas de cadena de suministro.	Abastecimiento sostenible p. 63	Completo	✓ pp. 102-104
G4-FP2	Porcentaje de volumen de materiales adquirido de proveedores que cumplen con estándares de producción responsable, internacionalmente reconocidos, presentado por estándar.	Abastecimiento sostenible p. 63	Completo	✓ pp. 102-104
G4-FP3	Porcentaje de tiempo de trabajo perdido debido a disputas, huelgas y otro tipo de manifestaciones industriales, por país.	Clima laboral p. 50	Completo	✓ pp. 102-104
G4-FP4	Naturaleza alcance y efectividad de programas y prácticas (en caridad, voluntariado, transferencia de conocimiento, asociaciones y desarrollo de productos) que promueven acceso a estilos de vida saludables, prevención de enfermedades crónicas, acceso a alimentos nutritivos a precios accesibles y a la mejora del bien estar de comunidades de escasos recursos	Nuestra comunidad pp. 54-63	Completo	✓ pp. 102-104
G4-FP5	Porcentaje de la producción en volumen manufacturada en sitios certificados por un tercero independiente, de acuerdo con lineamientos reconocidos internacionalmente de administración de la seguridad de alimentos.	Nuestros productos p. 26	Completo	✓ pp. 102-104
G4-FP6	Porcentaje del total del volumen de ventas de productos al consumidor, por categoría de producto que tienen disminución en grasas saturadas, grasas transgénicas, sodio y azúcares.	Nuestros productos p. 26	Completo	✓ pp. 102-104
G4-FP7	Porcentaje del total del volumen de ventas de productos al consumidor, por categoría de producto que contienen aumento de ingredientes nutritivos como, fibra, vitaminas, minerales, fitoquímicos o aditivos funcionales.	Nuestros productos p. 26	Completo	✓ pp. 102-104
G4-FP8	Políticas y prácticas de comunicación al consumidor sobre los ingredientes e información nutrimental por encima de los requerimientos legales.	Mercadotecnia responsable p. 29	Completo	✓ pp. 102-104
G4-FP9	Porcentaje y total de animales incubados y o procesados por especie y raza.	No aplica		
G4-FP10	Políticas y prácticas, por especie y clase, relacionadas a alteraciones físicas y uso de anestesia.	No aplica		
G4-FP11	Porcentaje y total de animales incubados y/o procesados por especie y raza por tipo de almacenamiento.	No aplica		
G4-FP12	Políticas y prácticas el uso de antibióticos, anti inflamatorios, hormonas y/o estimulantes para el desarrollo por especies y razas.	No aplica		
G4-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		



Galaz, Yamazaki,
Ruiz Urquiza, S.C.
Paseo de la Reforma 489
Piso 6
Colonia Cuauhtémoc
06500 México, D.F.
México

Tel: + 52 (55) 5080 6000

Fax: + 52 (55) 5080 6001
www.deloitte.com/mx

Informe de Revisión Independiente del Informe de Sostenibilidad 2014 de Coca-Cola FEMSA, S.A.B de C.V. (KOF) para la Administración de KOF

Responsabilidades de KOF y del Revisor Independiente

La preparación del Informe de Sostenibilidad del ejercicio 2014 (IS), así como el contenido del mismo es responsabilidad de KOF, el cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.

Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.

Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de KOF de acuerdo con los términos de nuestra carta arreglo de fecha 18 de noviembre de 2014. No asumimos responsabilidad alguna frente a terceros distintos de la Dirección de KOF y no tiene la intención de ser ni debe ser utilizado por alguien distinto a ésta.

Alcance de nuestro trabajo

El alcance de nuestra verificación fue limitada, 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 conforme a los siguientes aspectos y/o criterios:

- La adaptación de los contenidos del IS a la guía para la elaboración de Memorias de Sustentabilidad de la Iniciativa Global de Reporte ("GRI" por sus siglas en inglés) versión 4 (G4) y de acuerdo al estudio de materialidad proporcionado por KOF.
- La revisión de los indicadores de desempeño en sustentabilidad reportados de acuerdo a la opción de Conformidad Esencial y señalados en el Índice GRI del mismo reporte.
- La consistencia entre la información contenida en el IS con la evidencia de respaldo proporcionada por la administración.

Estándares y procesos de verificación

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con la norma internacional de auditoría ISAE 3000 *Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) del IFAC. Asimismo, hemos aplicado el Estándar de Aseguramiento de la Norma AA 1000 (AA1000AS), emitida por AccountAbility, para proporcionar una seguridad moderada sobre la

Deloitte se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, sociedad privada de responsabilidad limitada en el Reino Unido, y a su red de firmas miembro, cada una de ellas como una entidad legal única e independiente. Conozca en www.deloitte.com/mx/conozcanos la descripción detallada de la estructura legal de Deloitte Touche Tohmatsu Limited y sus firmas miembro.



aplicación de los principios establecidos en la norma AA1000APS y los indicadores de desempeño de sustentabilidad.

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

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

La siguiente tabla detalla los indicadores considerados en el alcance de nuestra revisión:

G4-10	G4-EN16	G4-LA6	G4-PR2	G4-FP3
G4-16	G4- N19	G4-LA8	G4-PR3	G4-FP4
G4-26	G4-EN21	G4-LA9	G4-PR4	G4-FP5
G4-EC1	G4-EN22	G4-HR3	G4-PR5	G4-FP6
G4-EC7	G4-EN23	G4-HR4	G4-PR6	G4-FP7
G4-EN2	G4-EN30	G4-HR10	G4-PR7	G4-FP8
G4-EN3	G4-EN32	G4-SO3	G4-PR8	
G4-EN8	G4-LA1	G4-SO4	G4-PR9	
G4-EN10	G4-LA4	G4-SO8	G4-FP1	
G4-EN15	G4-LA5	G4-PR1	G4-FP2	

El alcance de la revisión de los indicadores G4-SO8, G4-PR2, G4-PR4, G4-PR7, G4-PR8, G4-PR9 no incluye la operación de Filipinas.

Deloitte.

Conclusiones

El IS considera la aplicación de la guía para la elaboración de Memoria de Sostenibilidad del GRI4, y de acuerdo a los principios de inclusión, relevancia y capacidad de respuesta de la norma AA1000APS.

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

Recomendaciones

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

- Fortalecer las guías y criterios de categorización de los aspectos ambientales y sociales a nivel planta.
- Documentar los procesos de compilación de información y construcción de indicadores.
- Integración de nuevos negocios y territorios a los indicadores que muestre el desempeño de toda la organización.
- Profundizar en el reporte de indicadores cuantitativos de acuerdo a la guía Global Reporting Initiative y el suplemento de Food Processing.

Inclusión:

KOF ha demostrado tener diferentes canales de comunicación con los grupos de interés. Se sugiere continuar los esfuerzos en su mantenimiento e implementación en los diferentes territorios en los que se encuentran. Asimismo, se sugiere fortalecer la participación de los órganos de gobierno en la gestión de los aspectos de sustentabilidad, lo cual mejora la gestión y reporte del tema.

Relevancia

Se cuenta con una matriz de materialidad, la cual se encuentra alineada al negocio. Sobre ésta se sugiere definir el tiempo y proceso de revisión y actualización de los aspectos materiales a fin de mantener el diálogo continuo con los grupos de interés y conocer las tendencias del negocio, identificando los aspectos relevantes de sustentabilidad.

Capacidad de respuesta

KOF ha generado el Informe de Sostenibilidad conforme a los temas identificados como materiales a fin de dar respuesta puntual sobre éstos. Se sugiere, además, generar canales específicos y con mayor frecuencia sobre los resultados en sustentabilidad dependiendo de las características específicas de cada grupo de interés.

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



MBA Daniel Aguiñaga Gallegos
Socio
12 de marzo de 2015



Datos de contacto

Asuntos Corporativos Coca-Cola FEMSA

Mario Pani #100 Piso 7
Col. Santa Fe Cuajimalpa
Delegación Cuajimalpa
México, D.F. 05348
Teléfono +52.55.15195000
www.coca-colafemsa.com
sostenibilidad@kof.com.mx

Francisco Suárez Hernández

Director Asuntos Corporativos
francisco.suarez@kof.com.mx

Luis Darío Ochoa Rodríguez

Gerente Sostenibilidad
dario.ochoa@kof.com.mx

Juan Carlos Cortés Trejo

Gerente Comunicación Corporativa
juancarlos.cortes@kof.com.mx

Ligas de Interés

www.femsa.com
www.fundacionfemsa.com.mx
www.coca-colacompany.com/topics/sustainability

Etiquetado e Información Nutricional, *The Coca-Cola Company*

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

Mercadotecnia Responsable, *The Coca-Cola Company*

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

Principios Rectores para Proveedores, *The Coca-Cola Company*

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

Política de Derechos Humanos, *The Coca-Cola Company*

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

Reporte de Sostenibilidad 2014, *The Coca-Cola Company*

<http://www.coca-colacompany.com/press-center/press-releases/coca-cola-releases-2013-2014-global-sustainability-report>

Reporte de Sostenibilidad 2013, Coca-Cola FEMSA

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

Reporte de Sostenibilidad 2013, FEMSA

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

www.coca-colafemsa.com
sostenibilidad@kof.com.mx



Mario Pani #100
Col. Santa Fe Cuajimalpa
Delegación Cuajimalpa
México D.F. 05348
Teléfono: +52.55.15195000