



**cambiopositivo**



Informe de Responsabilidad Social 2009

## Índice

|   |    |
|---|----|
| Mensaje del Presidente<br>del Consejo de Administración<br>y del Director General | 02 |
| Acerca de nuestro informe   | 04 |
| Construyendo un<br>cambio positivo  | 06 |
| Filosofía de Arca   | 10 |
| Perfil de la empresa  | 12 |
| Proceso positivo con valor  | 14 |
| Un lugar de trabajo positivo  | 16 |
| Un cambio para<br>la comunidad  | 22 |
| Desempeño positivo  | 26 |
| Impacto positivo<br>en el ambiente  | 32 |
| Carta de verificación   | 39 |
| Principios del Pacto Global<br>y del GRI  | 41 |
| Índice GRI  | 42 |

En Embotelladoras Arca estamos convencidos de que un conjunto de prácticas éticas, comunicación abierta con los grupos de interés, innovación a través de tecnologías sustentables y un compromiso por el desarrollo integral de las comunidades a las que servimos, contribuyen al bienestar común y crecimiento de la sociedad y convierten en realidad el cambio positivo que impulsamos, hacia dentro y fuera de la empresa. Es este cambio el que nos motiva a seguir trabajando, convencidos que nuestro modelo de responsabilidad social continuará brindando beneficios a todos los grupos con los que interactuamos día con día.

**cambiopositivo**



# Mensaje del Presidente del Consejo de Administración y del Director General

---

Como parte de nuestro compromiso de transparencia y comunicación constante con los diferentes grupos con los que colaboramos, presentamos a ustedes nuestro Informe de Responsabilidad Social 2009.

En Arca reconocemos la oportunidad que tenemos día con día de hacer una diferencia positiva a través de la oferta de las mejores opciones de productos y servicios, pero fundamentalmente la responsabilidad de participar activamente en el desarrollo integral de los territorios a los que servimos.

2009 representó un año lleno de retos y un entorno macroeconómico complicado, el cual en Arca hemos enfrentado desde una posición financiera sana y sólida, que nos permitió generar resultados satisfactorios de negocio y para nuestros grupos de interés.

Creemos firmemente que los resultados económicos positivos deben fundamentarse en una operación responsable sustentada por las mejores prácticas de responsabilidad social.

Consideramos de especial relevancia este informe debido a que, además de incorporar nuevamente estándares y principios internacionales para su realización, en 2009 definimos su contenido en los temas relativos a nuestro desempeño económico, social y ambiental, sustentados en un ejercicio de diálogo con nuestros grupos de interés. A través del mismo, pudimos conocer no solamente sus

expectativas e identificar nuestras oportunidades, sino que hemos definido la materialidad de la información contenida en este informe.

Nuestros esfuerzos e iniciativas de apoyo al desarrollo integral de la sociedad, así como de cuidado del ambiente, se concretan gracias a la comunicación constante con los grupos con los que interactuamos y a nuestro compromiso de largo plazo con los países donde operamos.

Hemos realizado este informe con base en los lineamientos del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G3, cubriendo un mayor número de indicadores para obtener un nivel de aplicación B, el cual para mayor transparencia en esta ocasión ha sido verificado externamente por un tercero, siguiendo los requisitos de verificación establecidos por el GRI y con un estricto proceso de monitoreo de la presentación de sus indicadores. Al igual que en el informe anterior, hacemos patente nuestro apoyo constante y aplicación de los principios del Pacto Mundial.

Estas acciones a favor de nuestra gente, la comunidad y el entorno, permitieron a Arca ser reconocida por séptimo año consecutivo como Empresa Socialmente Responsable por el Centro Mexicano para la Filantropía, instituto que ha distinguido nuestro programa de Promoción de Valores Humanos como Mejor Práctica de Responsabilidad Social.

Agradecemos a nuestros grupos de interés por su compromiso e involucramiento en las ac-



Lic. Manuel L. Barragán Morales (izq.)  
Presidente del Consejo de  
Administración  
Ing. Francisco Garza Egloff  
Director General



1.1, 1.2

*Creemos firmemente que los resultados económicos positivos deben fundamentarse en una operación responsable sustentada por las mejores prácticas de responsabilidad social.*

ciones de responsabilidad social de la empresa. De manera especial reconocemos su participación en el proceso de retroalimentación, que fortalece nuestra mejora continua, nos permite profundizar en un desempeño sustentable y en hacer aún más sólida nuestra posición como ciudadano corporativo sensible a las necesidades de la sociedad en su conjunto.

Como origen de nuestros esfuerzos de responsabilidad social, agradecemos el profesionalismo y solidaridad de todos los colaboradores de Arca, quienes día con día refrendan

su compromiso para hacer del crecimiento integral de nuestra empresa y sus comunidades, eje central de nuestra cultura organizacional.

En Arca seguiremos trabajando para el beneficio de las comunidades a las que servimos, a través de la generación de desarrollo económico y social, así como con la ejecución de acciones que impacten positivamente a nuestros colaboradores y sus familias, así como a nuestros proveedores, clientes y accionistas, en un marco de trabajo conjunto para el desarrollo de un entorno social y ambiental cada vez más sustentable.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Manuel L. Barragán Morales'.

Lic. Manuel L. Barragán Morales  
Presidente del Consejo  
de Administración

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Francisco Garza Egloff'.

Ing. Francisco Garza Egloff  
Director General

3.1, 3.2, 3.3, 3.5, 3.6, 3.7, 3.8,  
3.9, 3.10, 3.11, 3.13, 4.14



## Acerca de Nuestro Informe

El Informe de Responsabilidad Social Arca 2009 es el quinto de esta naturaleza para la empresa y representa una gran oportunidad para dar a conocer anualmente a nuestros grupos de interés y a la sociedad en general los esfuerzos e iniciativas que se realizan cotidianamente, en la búsqueda de un desempeño responsable a través de una operación más rentable y eficiente.

### Metodología

Por primera ocasión, en el 2008 integramos a nuestro Informe de Responsabilidad Social la metodología del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G3, con el objeto de incorporar y monitorear los indicadores de desempeño de las áreas económica, social y ambiental que establece el GRI.

En cumplimiento del compromiso de mejora continua establecido el año pasado en el Informe de Responsabilidad Social 2008, este año hemos incorporado estándares internacionales buscando contribuir a su comparabilidad, relevancia, claridad y congruencia con los objetivos centrales de la empresa.

El presente informe hace patente la evolución positiva de nuestra estrategia de responsabilidad social al profundizar la aplicación de los parámetros del GRI, e incrementar el número de indicadores cubiertos para llegar a un nivel de aplicación del GRI B. El informe incluye una verificación externa realizada por un tercero que cumple con los requisitos que el GRI exige para dichas verificaciones, lo que representa un paso adicional en el compromiso de transparencia hacia nuestros grupos de interés.

Arca es miembro desde 2005 del Pacto Global por lo que, por tercer año consecutivo, aplicamos sus Principios en este informe.

## Límites

El presente informe se refiere a las operaciones del periodo comprendido de enero a diciembre de 2009. Los datos contenidos en la parte de Perfil de la Empresa se refieren a toda la empresa y a las tres áreas de negocio principales: División Bebidas México, División Arca Argentina y División Negocios Complementarios.

En esta ocasión hemos limitado la información contenida en este informe a nuestras operaciones en México, de manera que en algunos indicadores la comparabilidad se verá afectada; sin embargo, esto nos ha permitido profundizar en cada uno de los aspectos reportados.

Los capítulos de desempeño que incluyen todos los programas e iniciativas desarrollados durante 2009, así como los resultados cuantitativos de la aplicación de dichos programas, se refieren específicamente a las operaciones de la División Bebidas México, que representa el 80% de nuestras operaciones. No se incluyen las operaciones de Arca Argentina y Negocios Complementarios salvo que se indique lo contrario. Esto hace posible avanzar en el nivel de exhaustividad, materialidad, sostenibilidad y equilibrio.

En el capítulo de medio ambiente, no se consideran en este informe las emisiones generadas por camiones rentados para la distribución primaria de los productos, ni el impacto del consumo de energía por refrigeradores instalados en el mercado.



## Contenido

Un avance importante con respecto al año anterior se refiere a la forma en que se determinó el contenido del Informe. Aunado al trabajo conjunto de todos los días y a la comunicación constante con nuestros grupos de interés. En fechas recientes se llevó a cabo en Monterrey, Nuevo León, un grupo de trabajo de diálogo con los grupos de interés a la cual asistieron representantes de las diversas partes interesadas: público interno, proveedores, ONG's, academia, inversionistas y clientes. Esta valiosa reunión nos permitió conocer sus inquietudes, temas y expectativas referentes a su relación con Arca.

Con respecto a las técnicas de medición y recopilación de información para desarrollar este informe, se solicitó a las áreas responsables los datos depurados para cada indicador, los cuales han sido procesados a través de controles internos, sistemas operativos y auditorías, con base en el Modelo de Responsabilidad Social Arca, que se detalla más adelante.

El Comité de Sustentabilidad tiene a su cargo diversas funciones como detectar áreas de oportunidad y definir objetivos de mejora y sustentabilidad. Asimismo, compromete a las diversas áreas a compilar la información necesaria para informar resultados y

a su vez verificarlos, además de garantizar a conocer, controlar y monitorear los indicadores que a cada área correspondan.

En el caso de los indicadores de desempeño ambiental, son calculados sobre bases homologadas y equivalencias en el sistema Coca-Cola de México para que sea posible la comparabilidad.

Las iniciativas y programas que materializan el desempeño responsable de Arca se presentan, como lo muestra el índice del documento, ordenados por la metodología del GRI, y cubren los resultados de la empresa en tres áreas: el desempeño económico, social y ambiental. Se incluye un mensaje del Presidente del Consejo de Administración y del Director General, una descripción de los alcances del informe, el diálogo con grupos de interés, gobierno corporativo, perfil de la empresa, y posteriormente los capítulos con indicadores de desempeño social, económico y ambiental. Concluimos el reporte con el índice GRI y la tabla del Pacto Mundial.

Debido a su importancia y relevancia dentro de nuestras operaciones, existen programas que fueron creados en 2008 que se mencionan y presentan nuevamente en este informe.

4.11, 4.13, 4.14, 4.15,  
4.16, 4.17, S05, S06



# Construyendo un Cambio Positivo

## Modelo de Responsabilidad Social Arca y Viviendo Positivamente

Arca cuenta con un Modelo de Responsabilidad que nos permite formalizar las acciones a favor de la comunidad y las personas, así como alinear todos los esfuerzos dirigidos a esta meta común, con los objetivos estratégicos de la empresa. Este modelo consiste en una estructura que se centra en cinco pilares fundamentales que a la vez apoyan los principios globales de la plataforma de Viviendo Positivamente de la Compañía Coca-Cola.

Esta iniciativa propone reinventar y recrear nuestra manera de interactuar con el planeta, fomentando una actitud positiva y haciendo de la sustentabilidad un componente inseparable de la forma en que trabajamos y vivimos. En un esfuerzo conjunto, Arca comparte este camino con el objeto de generar un cambio en el mundo que asegure un mejor porvenir para las futuras generaciones.

| Modelo de Responsabilidad Arca   | Viviendo Positivamente   |
|--|--|
| <p><b>Calidad de Vida:</b><br/>Fomentar en Arca un ambiente de trabajo abierto e incluyente, que motive e impulse el éxito de las personas y la empresa.</p>   | <p>Una vida activa y saludable, el mejor lugar para trabajar y salud emocional.</p>                       |
| <p><b>Desarrollo integral de la comunidad</b><br/>Impulsar iniciativas que mejoren la calidad de vida de las comunidades, contribuyendo al desarrollo económico de los grupos de interés con prácticas responsables y éticas, atendiendo sus expectativas.</p> | <p>Productos para cada necesidad de comunidades cada vez más saludables y en armonía con el entorno.</p>  |
| <p><b>Cuidado del ambiente</b><br/>Proteger y preservar el medio ambiente en cada una de nuestras acciones, integrando y promoviendo el desarrollo sustentable.</p>  | <p>Clima, Cuidado del agua y Empaques Sustentables.</p>   |
| <p><b>Ética empresarial</b><br/>Actuar con apego a las leyes y principios éticos y morales con transparencia y cumpliendo nuestros compromisos con los grupos de interés.</p>  |  |



Para asegurar su viabilidad en el largo plazo como parte fundamental de la estrategia de negocio, nuestra gestión de la responsabilidad social se integra al Sistema de Calidad Integral y Mejora Arca (CIMA), que tiene como elemento central la sustentabilidad competitiva del negocio y en cuyo modelo de interacción se establecen procesos e indicadores de mejora específicos para atender las expectativas de nuestros diferentes grupos de interés, así como detectar riesgos específicos que pudieran afectar la continuidad

de las operaciones y la gestión del modelo, para de esta forma enriquecer constantemente las acciones de responsabilidad social como parte de la cultura institucional de Arca.

Este compromiso de participación de todas las áreas y su alineación con los planes estratégicos del negocio, se fundamenta de igual manera en un sólido gobierno corporativo con principios de ética y transparencia; comunicados hacia adentro y fuera de la empresa, en todos los niveles y de manera clara y abierta.

## Diálogo

*Estamos conscientes de que el trabajo con nuestros grupos de interés es la clave para tener un desempeño responsable que contribuya al desarrollo integral de la sociedad y a la conservación de los recursos naturales. Trabajamos junto con ellos y para ellos en la consecución de objetivos comunes y la búsqueda de beneficios para cada uno, en un marco de ética y transparencia.*

La relación abierta y el diálogo constante con los grupos de interés son la plataforma que sustenta al Modelo de Responsabilidad Social de Arca, así como a nuestra misión, valores y planes estratégicos.

Con la ayuda de expertos en responsabilidad social y líderes en la industria, hemos determinado ocho grupos de interés a través de un análisis matricial que

mide el nivel de influencia de cada uno y la percepción que tienen con respecto a los asuntos públicos clave de la empresa.

Con base en esta información, en Arca generamos planes de acción que atiendan a las expectativas de cada grupo, promoviendo la transparencia, confianza y el constante diálogo abierto.

## Grupos de Interés de Arca:

### Proveedores, clientes y consumidores

|                        |   |   |
|------------------------|---|---|
| Expectativas           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Calidad y seguridad de los productos</li> <li>Desarrollo de proveedores y clientes</li> <li>Colaboración, comunicación e intercambio de información</li> </ul>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Prácticas éticas en negociaciones</li> <li>Información clara y veraz en etiquetas</li> </ul>   |
| Iniciativas            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Aplicación de la Guía de Principios de Proveedores de Coca-Cola</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Auditorías de calidad y evaluaciones</li> <li>Socio Distinguido y Amigo Seguro</li> </ul>  |
| Método de comunicación | <ul style="list-style-type: none"> <li>Sección especializada en sitio de internet</li> <li>Buzón de transparencia</li> <li>Reuniones con grupos de interés</li> <li>Discusión de auditorías y evaluaciones</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Entrega de reportes anuales</li> <li>Línea 01 800 siempre abierta para consumidores</li> <li>Encuestas de degustación, servicio y calidad</li> </ul> |

### Academia y líderes de opinión

|                        |  |   |
|------------------------|--|---|
| Expectativas           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Publicidad y marketing responsable</li> <li>Investigación y desarrollo de contenidos</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Participación en foros de temas relacionados con la operación de la empresa</li> </ul> |
| Iniciativas            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Adhesión a Código PABI</li> <li>Publicaciones sobre contenidos y la salud</li> </ul>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Cumplimiento de leyes y regulaciones de publicidad y marketing</li> </ul>              |
| Método de comunicación | <ul style="list-style-type: none"> <li>Sitio de Internet</li> <li>Participación en paneles y congresos</li> </ul>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Buzón de transparencia</li> </ul>  |

## Empleados y sus familias

|                               |  |   |
|-------------------------------|--|---|
| <b>Expectativas</b>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Respeto a derechos y libertades, así como aplicación del Código de Ética</li> <li>Políticas incluyentes y de equidad de género</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Salud y seguridad en el trabajo</li> <li>Capacitación y desarrollo profesional</li> <li>Sueldos y prestaciones competitivas</li> </ul>   |
| <b>Iniciativas</b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Programa de Profundización de Valores</li> <li>Revisiones al Código de Ética</li> <li>Participación en el Movimiento Congruencia</li> <li>Aplicación del Sistema de Seguridad y Salud Ocupacional de Coca-Cola (SSO)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Sistema de Manejo de Incidentes y Resolución de Crisis</li> <li>Programas de Capacitación y Desarrollo como la alianza con el INEA</li> <li>Programas de apoyo a la familia como la Semana de la Salud</li> <li>Encuestas anuales de clima organizacional</li> </ul> |
| <b>Método de comunicación</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Portal interno de información</li> <li>Revista bimestral</li> <li>Tableros informativos</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Comisiones de Seguridad e Higiene</li> <li>Comité de Seguridad y Salud</li> <li>Evaluaciones bianuales de desempeño a mandos altos y medios</li> </ul>   |

## Medios de comunicación

|                               |   |   |
|-------------------------------|---|---|
| <b>Expectativas</b>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Publicidad y mercadotecnia responsable</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Información oportuna y veraz</li> </ul>  |
| <b>Iniciativas</b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Adhesión al Código PABI y cumplimiento de leyes y reglamentos publicitarios</li> </ul>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>Boletines, comunicados de prensa, página de internet y reportes anuales</li> <li>Área de relación con medios dentro de la empresa</li> </ul> |
| <b>Método de comunicación</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Sección especializada en sitio de internet</li> <li>Buzón de transparencia</li> <li>Entrega de reportes anuales</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Ruedas de prensa</li> <li>Línea 01 800 siempre abierta para consumidores</li> <li>Encuestas de degustación, servicio y calidad</li> </ul>    |

## Organizaciones no gubernamentales

|                               |  |  |
|-------------------------------|--|--|
| <b>Expectativas</b>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Participación y apoyo activo a las causas que promueven</li> </ul>  |  |
| <b>Iniciativas</b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Participación en Asociaciones y Cámaras</li> <li>ANSPAC, Asociación Pro Superación Personal A.C.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Cómité de donativos dentro de la empresa</li> <li>Presupuesto establecido para donaciones</li> <li>Alianzas estratégicas de colaboración</li> </ul> |
| <b>Método de comunicación</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Área de Responsabilidad Social</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Correo electrónico rs@e-arca.com.mx</li> <li>Informe Anual de Responsabilidad Social</li> </ul>   |

## Comunidad

|                               |   |  |
|-------------------------------|---|--|
| <b>Expectativas</b>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Colaboración e inversión en proyectos de desarrollo</li> <li>Interacción Responsable</li> </ul>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Cuidado al medio ambiente y uso adecuado de recursos naturales</li> </ul>   |
| <b>Iniciativas</b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Escuelas en Movimiento</li> <li>Maratón Powerade y Copa Coca-Cola</li> <li>ECOCE</li> </ul>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>Programa de Voluntariado Arca, Volar</li> <li>Eco Clubs</li> <li>Programa de Visitas "Misión Coca-Cola"</li> </ul>                                    |
| <b>Método de comunicación</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Inversión en proyectos sociales, educativos y de promoción de un estilo de vida saludable</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Visititas a la comunidad, así como de la comunidad a los centros de trabajo</li> <li>Correo electrónico, línea 01 800 y página de Internet</li> </ul> |

## Autoridades y Gobierno

|                        |   |   |
|------------------------|---|---|
| Expectativas           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Cumplimiento de leyes, reglamentos y normas aplicables</li> <li>Participación ordenada y propositiva en temas regulatorios y normativos</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Pago oportuno de impuestos y contribuciones aplicables</li> <li>Desempeño responsable</li> </ul> |
| Iniciativas            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Alianzas con autoridades locales para la solución de problemas sociales y comunitarios</li> </ul>  |   |
| Método de comunicación | <ul style="list-style-type: none"> <li>Área de relaciones públicas de la empresa</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Informe anual</li> <li>Página electrónica</li> </ul>   |

## Inversionistas y Accionistas

|                        |  |   |
|------------------------|--|---|
| Expectativas           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Rentabilidad, crecimiento y generación de valor, así como pago de dividendos</li> <li>Prácticas éticas de gobierno corporativo</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Transparencia en la administración de la empresa y rendición de cuentas</li> </ul>             |
| Iniciativas            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Estructura de gobierno corporativo</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Código de Ética</li> </ul>   |
| Método de comunicación | <ul style="list-style-type: none"> <li>Reportes financieros trimestrales e informe anual</li> <li>Informe de responsabilidad social</li> </ul>                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Asamblea Anual de Accionistas</li> <li>Página electrónica</li> <li>Junta de consejo</li> </ul> |

## Asociaciones a las que pertenece la empresa

Es parte importante de nuestra estrategia de gestión el participar en diversos foros a nivel nacional a través de los cuales podemos discutir los temas más relevantes a nivel local en materia económica, social y ambiental. La empresa colabora con un gran número de asociaciones que regulan distintos aspectos relacionados con nuestras operaciones y productos y que influyen en el desarrollo de las políticas públicas, además de que presentan a las autoridades temas relevantes para su discusión y posible regulación.

Arca no recibe ayuda significativa por parte de gobiernos, salvo estímulos fiscales que nos otorgan por proyectos de tecnología, a través del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT). Asimismo, no se realizan aportaciones financieras a partidos políticos o a instituciones relacionadas.

Arca participa en un total de 49 Cámaras y Asociaciones.

### Algunas cámaras a las que pertenecemos:

- Cámara de la Industria de la Transformación Nuevo León (CAINTRA)
- Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (CONCANACO)
- Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA)
- Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC)
- Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX)
- Asociación Neoleonesa de Abogados de Empresa A.C.
- Asociación Nacional de Abarroteros Mayoristas A.C.
- Asociación Técnica de Compensaciones A.C.
- Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)
- Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas A.C.





## Filosofía de Arca

### Misión

Ser la empresa líder en crecimiento y rentabilidad sostenible en la industria de bebidas, botanas y otros productos de impulso en América Latina y el mercado de los Estados Unidos, en un marco de responsabilidad social con nuestra gente, comunidad y entorno.

### Visión

*Siempre contigo alegrando tu vida*

Ser parte de los momentos agradables de tu vida, en cualquier lugar, en cualquier momento, siempre cerca de ti, ofreciéndote los mejores productos y servicios.

Nuestra Visión también es un compromiso para que todos los que tienen relaciones y contacto con la empresa reciban siempre un trato confiable, positivo y agradable.

### Valores

- Orientación al cliente
- Honestidad y congruencia
- Orientación a resultados
- Trabajo en equipo
- Desarrollo del personal
- Innovación
- Responsabilidad social

## Gobierno Corporativo



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

Arca es una empresa comprometida con el cumplimiento de las leyes y apegada a los más altos principios éticos y morales que rigen el desempeño de todas las áreas en todos los niveles de la empresa. La estructura de gobierno corporativo permite y protege el cumplimiento de las mejores prácticas de ética empresarial.

El Código de Mejores Prácticas Corporativas de la Bolsa Mexicana de Valores dicta los lineamientos de gobierno corporativo de Arca.

Nuestro Código de Ética establece los lineamientos de interacción de los colaboradores de la empresa entre sí y con los grupos de interés que nos rodean, el cual es revisado cada dos años para su actualización y mejora. El 100% de los empleados de Arca conocen el Código de Ética y la filosofía de la empresa, los cuales se comunican y promueven en los diferentes medios de comunicación como la revista interna Visión Arca, los tableros informativos, posters, página electrónica y publicaciones en el portal interno; VIA (Ventana de Información Arca).

El Consejo de Administración de Arca se compone por 21 consejeros incluyendo el Presidente del Consejo, un Presidente Honorario Vitalicio, tres Vicepresidentes, un Secretario del Consejo y cinco consejeros independientes. El Comité Ejecutivo del Consejo se conforma por tres comités: Comité de Auditoría y Prácticas Societarias, Comité de Evaluación y Compensación y Comité de Planeación y Finanzas.

Estos comités, integrados solamente por miembros independientes, auxilian al Consejo en la identificación y gestión de los riesgos y oportunidades relacionados con la operación de la empresa y en la consecuente toma de decisiones y de la estrategia. El comité ejecutivo actúa como órgano rector para asegurar la adhesión y el apego al cumplimiento de las normas y códigos acordados internacionalmente, las políticas de conducta y los principios de transparencia y ética empresarial generalmente aceptados.

Como parte de las políticas de transparencia y del compromiso de gobierno corporativo, con apego al Código de Ética, los accionistas mayoritarios participan solamente a nivel de Consejo y la empresa no realiza operaciones con partes relacionadas, evitando conflictos de interés.

Cada uno de los consejeros son elegidos unánimemente por la Asamblea General de Accionistas, sin influencia de la dirección, y con base a sus calificaciones, trayectoria laboral y experiencia, así como por su integridad y honestidad, ausencia de conflictos de interés, conocimiento de las mejores prácticas de gobierno corporativo y la alineación con los valores y la filosofía de la empresa.

En el apego a los más altos estándares de transparencia y fomentando la comunicación y el diálogo abierto dentro de la empresa, los accionistas pueden hacer llegar sus recomendaciones al Consejo de Administración a través de una conferencia telefónica trimestral en la cual se enlazan y dirigen sus preguntas a los ejecutivos.

Los colaboradores de Arca, y el público en general, cuentan con un mecanismo para que, de manera segura y anónima, comuniquen cualquier inquietud, queja o sugerencia relacionada con la aplicación de los lineamientos que establece el Código de Ética de la empresa. Este Buzón de Transparencia puede ser accedido vía telefónica llamando al 01 800 000 2722 a través de nuestro sitio de Internet [www.e-arca.com.mx](http://www.e-arca.com.mx). Los comentarios son analizados por una casa consultora externa que valora la situación y hace una recomendación pertinente a la instancia definida para dar seguimiento a cada caso.

Los procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la gestión de negocio en los tres ámbitos de la responsabilidad social se basan en las reuniones mensuales del consejo y la asamblea anual, en las cuales se supervisan las acciones de la empresa en aspectos, económicos, sociales y medio ambientales, incluidos riesgos y oportunidades relevantes, así como la adhesión a las normas y códigos de conducta y principios de la empresa. No se cuenta con un método de evaluación del órgano de Gobierno Corporativo del Consejo de Administración.

2.1, 2.2, 2.3, 2.4,  
2.5, 2.6, 2.7, 2.9



## Perfil de la Empresa

Embotelladoras Arca es una empresa orgullosamente mexicana dedicada a la producción, distribución y venta de bebidas refrescantes de las marcas propiedad de The Coca-Cola Company y de la marca Topo-Chico, así como de botanas saladas y dulces bajo la marca Bokados. Arca es el segundo embotellador más grande de Coca-Cola en América Latina, con operaciones en México y Argentina.

Formada en el año 2001 tras la fusión de tres de los embotelladores más antiguos de México, y con sede en Monterrey, Nuevo León, México, Arca ha contribuido positivamente a la economía del país a través de la generación de oportunidades de empleo, desarrollo profesional y comunitario, siempre comprometidas con el absoluto respeto a las personas y el medio ambiente.

Arca fundamenta todas sus operaciones y esfuerzos en una estrategia de largo plazo que beneficie y contribuya a la generación de valor para cada uno de los grupos de interés con los que interactuamos y consecuentemente

para los países donde opera. Listada en la Bolsa Mexicana de Valores desde el 2001 bajo Embotelladoras Arca S.A.B. de C.V., cumple con las leyes y normas aplicables a las empresas públicas de su naturaleza y sector.

Con el objetivo de contar con operaciones más eficientes y lograr brindar un servicio de excelencia a nuestros clientes y consumidores, en el 2008 reordenamos la estructura corporativa de Arca, la cual no tuvo cambios en el 2009 y se compone de tres divisiones principales:

- División Bebidas México
- División Arca Argentina
- División Negocios Complementarios

## Presencia en el Mercado

Con productividad y eficiencia en la operación, se han concretado nuestros proyectos de expansión. Atendemos a una población de 25 millones de consumidores, en cerca de 300 mil puntos de venta con productos y servicios innovadores y de la más alta calidad, siempre enfocados a satisfacer las necesidades de nuestros clientes y consumidores.

### División Bebidas México:

Con estrategias bien dirigidas para una mayor productividad y realizando proyectos enfocados hacia la eficiencia en nuestras operaciones, nos posicionamos como el segundo embotellador más importante de México y de América Latina. Nos dedicamos a la producción y venta de bebidas de las marcas propiedad de la Compañía Coca-Cola en las zonas de Tamaulipas, Nuevo León, Coahuila, Chihuahua, Pacífico Norte y Pacífico Sur. Además, somos distribuidores de Jugos del Valle.



14,776  
empleados

### División Arca Argentina:

Actualmente estamos enfocados a establecer iniciativas para eficientar nuestras operaciones, ampliar el portafolio de productos, mejorar nuestra ejecución en el punto de venta e integrar la plataforma tecnológica a los sistemas de información de Arca. Esta división está integrada por tres regiones operativas: Región Norte: Salta, Jujuy y Tucumán; Región Sur: Catamarca, Santiago del Estero y La Rioja; Región Este: Formosa, Chaco, Corrientes y Misiones.



2,053  
empleados

### División Negocios Complementarios

Comprometidos con la mejora continua, permanentemente enfocamos nuestros esfuerzos en ofrecer nuevas propuestas de valor a nuestros clientes y consumidores, con iniciativas dirigidas para ser más eficientes en nuestros procesos; el lanzamiento de nuevas marcas y productos acordes a las necesidades del mercado, sustentados por estrictos controles de calidad, la apertura de nuevos territorios y mejorando día con día nuestro servicio.

Las empresas que comprende la división Negocios Complementarios son: Compañía Topo Chico, productora y distribuidora de Agua Mineral en México; Bokados, con Plantas en Santa Catarina, Nuevo León y en Ciudad Obregón, Sonora, ambas productoras de botanas y dulces entre ellos mazapán Azteca; Interex, distribuidora de agua mineral Topo Chico, Topo sabores y botanas Bokados en las ciudades más importantes de Estados Unidos; Planta Ciel Juventud, empresa dedicada a la venta de agua purificada en presentación de garrafón Ciel, e IPASA, empresa productora y distribuidora de cajas de plástico. Adicionalmente, manejamos el negocio de máquinas "vending", canal de gran potencial y crecimiento.



2,207  
empleados



# Proceso positivo con valor



## 1. Proveedores

Entendemos la sustentabilidad como un amplio proceso de valor; por lo que buscamos integrar a nuestros proveedores a los principios de responsabilidad social y contribuir a su desarrollo.

80 % de compras son a empresarios mexicanos

## 2. Producción

Estamos enfocados en integrar, medir y controlar indicadores de eficiencia y sustentabilidad en cada una de las áreas y procesos productivos de la organización.

México: 12 plantas productoras  
9 plantas certificadas con el distintivo Industria Limpia MCU  
Argentina: 4 plantas productoras





## 4. Cliente

Mantenemos día con día diálogos de valor con nuestros clientes para ser parte de su crecimiento y contribuir al desarrollo económico de las comunidades a las que servimos.

México: 214,000 puntos de venta

Argentina: 94,000 puntos de venta



## 5. Consumidor

La razón de ser de nuestra actividad diaria es estar cerca de nuestros consumidores, brindándoles momentos de alegría y un amplio e innovador portafolio de productos acorde a sus necesidades.

México: 16 millones de población atendida

Argentina: 9 millones de población atendida

## 3. Centros de Distribución

Hemos establecido proyectos específicos de optimización y eficiencia en almacenes y rutas de distribución, a fin de disminuir nuestro impacto ambiental y servir mejor a los clientes.

Centro de Distribución de Bebidas

México: 57

Argentina: 25





**En Arca operamos** con estricto apego a las leyes y normas en materia laboral y cada uno de nuestros empleados es tratado con respeto, igualdad y justicia. Tenemos claro que nuestras acciones en materia de calidad de vida en la empresa deben partir del apego a los derechos humanos y la búsqueda continua de oportunidades de desarrollo, éxito y crecimiento profesional para nuestros empleados.

respeto



4.5, LA1, LA2, LA3, LA4, LA5, LA6, LA7, LA8, LA9, LA10, LA11, LA12, LA14



Principio 1 | 2 | 3 | 4  
5 | 6 | 10



El mejor lugar  
para trabajar

El plan de remuneración y beneficios que reciben nuestros empleados contempla sueldos y prestaciones competitivas, de acuerdo al mercado laboral, perfil y responsabilidades de cada puesto, sin distinción de género y con apego a la legislación y políticas establecidas en la empresa.

Arca cuenta también con un esquema de estímulos para directivos y ejecutivos, el cual se entrega en función a la evaluación de su desempeño con base en objetivos previamente determinados.

Todos nuestros empleados sindicalizados y no sindicalizados reciben un sueldo justo y competitivo determinado por un tabulador de sueldos y salarios que no hace distinción entre la remuneración que reciben los mismos, sino que determina su salario en función del perfil del puesto y las competencias. Dichas remuneraciones se hacen de acuerdo a la ley correspondiente. El salario más bajo que la empresa paga es al menos 2.5 veces mayor al salario mínimo de la zona donde se opere.

Todo nuestro personal recibe un paquete atractivo de prestaciones adicionales por encima de las contempladas en la ley laboral, incluyéndose, entre otras, un plan de ahorro y formación patrimonial, subsidio por incapacidad, seguro de vida, aguinaldo, despensa, prima vacacional, reconocimiento por años de servicio y prima dominical, descanso y días festivos. Se ofrece además, un seguro de gastos médicos mayores, cobertura por incapacidad o invalidez, permiso por maternidad o paternidad y fondo de pensiones. En caso de reestructura de procesos operativos en la empresa, nuestras políticas internas nos comprometen a dar previo aviso a nuestros empleados en un periodo mínimo de dos semanas, según el caso de acuerdo a lo convenido en los contratos colectivos de trabajo.

Al día de hoy contamos con 10,398 trabajadores sindicalizados cuyo tipo de contrato puede ser por tiempo determinado e indeterminado, según las negociaciones con el sindicato local; el tipo de jornada en que laboran puede ser diurna, mixta y nocturna. El resto de los trabajadores de la empresa no sindicalizados tienen una jornada diurna de trabajo, y los empleados de nivel gerente y directivo, tienen un contrato por tiempo indeterminado.

**Número total de empleados desglosado por grupo de edad y sexo.**

| Empleados              | Mujeres | Hombres |
|------------------------|---------|---------|
| De 18 a 25 años        | 244     | 2,653   |
| De 25 a 40 años        | 677     | 9,876   |
| De 40 años en adelante | 122     | 3,952   |

\*Datos incluyen Corporativo, División Bebidas México y División Negocios Complementarios

Al ser una empresa incluyente y que apoya la equidad de género, en Arca estamos trabajando para incrementar la contratación de un mayor número de mujeres y elevar su participación dentro de la empresa, así como de minorías y personas con alguna discapacidad.

9.97%  
Rotación  
de trabajadores

15,072  
Empleados  
en México  
\*incluye corporativo

4.12, HR1, HR2, HR3, HR4, HR5,  
HR6, HR7, HR8, HR9, S03, S04



## El 100% de los trabajadores

conoce el Código de Ética



Como un esfuerzo por generar oportunidades de empleos para personas con capacidades especiales, la empresa participa en el Movimiento Congruencia, el cual promueve la igualdad de oportunidades laborales y la adecuación de las instalaciones para que sean accesibles a personas con discapacidad.

### Derechos, Libertades y Valores

El respeto de los derechos de las personas es pilar fundamental de la administración de la empresa.

*El Código de Ética de Arca incluye los lineamientos específicos de comportamiento e interacción entre los colaboradores, así como con los grupos de interés, a quienes se les da a conocer el Código para garantizar su cumplimiento en todos los ámbitos de la operación.*

Con relación al tema de corrupción, nuestro Código de Ética regula los lineamientos para el comportamiento de los colaboradores, así como las sanciones y acciones correctivas en caso de cualquier incumplimiento. El 100% del personal ha sido capacitado en el Código de Ética y en el 2009 no se han presentado incidentes relacionados con actos de corrupción.

Arca es una empresa que se ha adherido y promueve el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, el cual invita a las empresas a apoyar 10 principios universalmente aceptados en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y corrupción. Arca se adhirió al Pacto Mundial desde el 2005 y continuamos respetando, en cada una de nuestras acciones, los 10 principios que lo conforman.

En respeto a los principios 3, 4, 5 y 6 del Pacto Mundial, que se refieren a las principales libertades y derechos de los trabajadores, apoyamos la libertad de asociación del personal y reconocemos que la colaboración entre la empresa y el sindicato nos orienta a ofrecer cada vez mejores condiciones laborales para nuestros empleados; por ello, el 59% del número total de empleados de la empresa se encuentra cubierto por un contrato colectivo de trabajo.

Arca desarrolla una política incluyente que fomenta un marco de equidad, igualdad y justicia para nuestra gente. Buscamos eliminar cualquier forma de discriminación en materia de empleo y ocupación, y afirmamos que en el 2009 no se registraron casos de discriminación por motivo de raza, color, género, religión, opiniones políticas o extracción social, según la definición de discriminación de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Asimismo, no se presentan en la empresa casos de trabajo infantil o forzado y combatiremos cualquier situación que amenace estas libertades. A efecto de promover el respeto a las principales libertades de las personas, en Arca contamos con una Guía de Principios de Proveedores de Coca-Cola de México, la cual establece los

temas de derechos humanos que deben tomarse en cuenta al considerar a los proveedores. Nuestros principales distribuidores y contratistas son objeto de análisis en temas de derechos humanos siguiendo esta guía y con base en ella certifica a aquellos proveedores que respetan los derechos humanos. Arca se compromete a incluir cláusulas relacionadas con el respeto a los derechos humanos en los contratos que realice con los proveedores más importantes.

### Seguridad y Salud del empleado

Embotelladoras Arca ha priorizado su gestión hacia la prevención de riesgos y el fomento de una cultura de seguridad en el trabajo que busque controlar y minimizar los riesgos asociados con las actividades laborales, buscando siempre la integridad y el bienestar de nuestra gente. Reconocemos que nos corresponde garantizar un entorno seguro para todos los que nos rodean, por lo que se promueve una cultura de seguridad y salud en todas nuestras operaciones y que todas las leyes, normas y reglamentos en materia de seguridad sean cumplidas.

Nuestras unidades de negocio cuentan con Comisiones de Seguridad e Higiene donde está representado el 100% de los trabajadores, en las cuales el trabajo conjunto entre el personal y el sindicato lleva a mantener un diálogo abierto en los temas de prevención de riesgos y seguridad industrial. En el contrato colectivo de trabajo y su reglamento interior, depositado en la junta de conciliación y arbitraje, se encuentran también cubiertos aspectos de salud y seguridad en el trabajo. En relación con la NOM 19 de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS), la empresa cuenta con un Comité de Seguridad y Salud formado por la dirección y nuestros colaboradores, en el cual participan el 8% de ellos, y proveen asesoría en estos temas.

A través del Sistema de Seguridad y Salud Ocupacional de Coca-Cola (SSO), establecemos los estándares y protocolos de control y capacitación permanente en temas de salud y en los procedimientos de respuesta a contingencias.



Con respecto a la salud de nuestros colaboradores, destinamos tiempo y recursos para programas educativos y actividades que promuevan un estilo de vida saludable que les

permita tener una mejor calidad de vida. Arca cuenta con la Semana de la Salud como un programa de asistencia para los trabajadores y sus familiares que consiste en educación, formación y asesoramiento en temas de seguridad y salud tales como la prevención y control de riesgos, higiene personal, campañas de vacunación, detección de enfermedades crónico-degenerativas e inicio de tratamiento de obesidad e hipertensión.

Todas nuestras plantas realizan simulacros de evacuación periódicos por emergencia, que permiten difundir los procedimientos en caso de contingencias o siniestros.

Como un esfuerzo adicional para la prevención de accidentes, la empresa cuenta con un sistema de Manejo de Incidentes y Resolución de Crisis (MIRC) que permite llevar a cabo un diagnóstico de posibles situaciones de riesgo, determina la manera de prevenirlas y minimiza la posibilidad de ocurrencia.

En 2009 no se presentaron víctimas mortales por accidentes relacionados con el trabajo. En caso de existir una situación de ese tipo, para el registro y comunicación del accidente, aplicamos la NOM 21 de la STPS-1994 /formatos CM2A, CM2B), el IMSS (ST-7) y la Declaración Anual de la prima de riesgos de trabajo. No se considera que existan ocupaciones dentro de la organización que presenten un alto índice de riesgo de contraer enfermedades profesionales.

Con el objetivo de lograr que nuestro personal de seguridad tenga un desempeño responsable y congruente con los valores y el Código de Ética de la empresa, hemos establecido el compromiso de incluir temas de derechos humanos en los cursos de capacitación e inducción del personal de seguridad.

4.34%

Tasa de accidentes

18.33%

Tasa de días perdidos  
por enfermedad no  
profesional

2.32%

Tasa de ausentismo

\* Datos tomados partiendo de 50 semanas laborales de 40 horas por cada 100 empleados. De esta manera, la tasa queda vinculada al número de trabajadores y no al número de horas.

## Desarrollo Profesional y Capacitación

Estamos convencidos que la fortaleza principal de la empresa es su gente, por ello nos comprometemos a desarrollar su potencial de manera decidida. Entendemos que la motivación y la mejora de nuestros colaboradores se traduce en mejores resultados para la empresa.

*Reconocemos que el crecimiento profesional incide tanto en el éxito personal, como en el progreso de la compañía; por ello impulsar, capacitar y proyectar al equipo de trabajo hacia el logro de sus metas es parte fundamental de los principios de capital humano.*

El Programa de Profundización de Valores tiene como objeto promover valores positivos que fomenten el íntegro desarrollo humano de nuestro personal. Esta práctica fue reconocida en 2009 como Mejor Práctica en Responsabilidad Social Empresarial por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) en conjunto con la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (ALIARSE). A la fecha han participado 16,964 personas en este Programa y se difunde a toda la comunidad interna a través de la publicación en la revista institucional Visión Arca, en la cual se incluyen historietas que relatan situaciones que enfrenta la sociedad actual y cómo enfrentarlas con integridad y apego a los más altos valores humanos.

Con el objeto de desarrollar las habilidades del personal, continuamos exitosamente junto con la Universidad Regiomontana la Maestría Arca. Este programa, que se imparte en línea, está diseñado para dotar a las personas con los conocimientos y habilidades necesarias que pueden ser útiles para la empresa.

Contamos, además, con capacitación y entrenamiento a través de la plataforma E-Learning, que aplica las herramientas de tecnologías de información más avanzadas para capacitar al personal en diversos procesos del negocio, así como para enseñar el idioma inglés. Arca no solo promueve la capacitación que ofrece la empresa en los diversos programas y modalidades, también ofrece becas para formación o educación externa, en centros de educación media o superior.

Promovemos activamente entre los colaboradores adultos la oportunidad de concluir con sus estudios de primaria, secundaria y preparatoria. Con ese fin, Arca ha trabajado con el Instituto Nacional de Educación para Adultos (INEA) en el lanzamiento de un programa de educación para adultos dentro de la empresa. La inversión ha sido constante en todos los territorios desde la implantación de la iniciativa en el 2009.

Con el propósito de brindar oportunidades de desarrollo justas y equitativas y detectar áreas de oportunidad que nos permitan contribuir a la mejora de su desempeño profesional, en Embotelladoras Arca llevamos a cabo evaluaciones de desempeño a nuestra gente. El 100% de las jefaturas, gerentes y directores reciben una evaluación que se lleva a cabo cada dos años.



#### Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría.

| Categoría              | Total de empleados | Horas de capacitación | Número de empleados capacitados |
|------------------------|--------------------|-----------------------|---------------------------------|
| Ventas                 | 7,247              | 217,315               | 6,262                           |
| Administración         | 370                | 7,920                 | 331                             |
| Producción y Operación | 6,921              | 281,532               | 6,049                           |
| Capital Humano         | 614                | 26,699                | 572                             |
| Corporativo            | 295                | 2,298                 | 115                             |

**14,767,280**  
millones de pesos  
invertidos en capacitación y  
desarrollo del personal.

**7,829**  
horas de formación  
y capacitación al personal.



## Un cambio para la comunidad

**Es nuestro compromiso** invertir tiempo, experiencia, conocimiento y recursos, para proporcionar una oportunidad económica, mejorar la calidad de vida y fomentar el desarrollo de las comunidades donde estamos presentes. La comunicación, el diálogo y la responsabilidad compartida nos han permitido encontrar soluciones sustentables de beneficio mutuo.

compromiso





EC8, S01



Principio 1

Estilos de vida  
activos y comunidad

Los programas de vinculación comunitaria de Arca se dividen en dos grandes temas: los proyectos de promoción de estilos de vida activo y saludable, así como los programas enfocados a atender necesidades específicas de la comunidad en educación, desarrollo integral y bienestar en general.

### Estilo de vida activo y saludable

En Arca nos preocupamos por la salud y la calidad de vida de las personas y fomentamos un estilo de vida activo que contribuya a formar comunidades más sanas, a través de la promoción de actividades deportivas y recreativas, por medio del apoyo en infraestructura y difundiendo siempre un mensaje positivo.

Una de las iniciativas más importantes dentro del esfuerzo por promover la salud en las comunidades, es el programa Escuelas en Movimiento, lanzado en 2008, el cual busca promover la activación física y los buenos hábitos de alimentación entre la niñez en los diferentes territorios donde Arca tiene operaciones.

El programa incluye la rehabilitación de espacios deportivos polivalentes que faciliten la práctica de los programas de educación física en las escuelas públicas. En Nuevo León, este programa se ha aplicado en 40 escuelas y ha beneficiado a más de 21,000 niños.

Este año se inició la expansión de este programa al estado de Chihuahua, donde en alianza con el Gobierno del Estado, se implementó en las ciudades de Chihuahua y Cd. Juárez, en donde hemos logrado establecer 20 espacios deportivos, beneficiando a más de 15,000 niños. Adicionalmente se han establecido convenios para dotar de infraestructura a unidades deportivas para extender el beneficio de la activación física a la comunidad en general.

Como parte de nuestras iniciativas de promoción del deporte en la comunidad, por cuarta ocasión consecutiva, en el 2009, se llevó a cabo el Maratón Powerade Monterrey. En esta ocasión el evento tuvo un enfoque 100% recreativo con el objetivo de promover la salud en la comunidad en general a través de la práctica constante del ejercicio físico. La carrera contó con la participación de más de 2,500 personas, haciendo de este maratón el tercero más grande de México.

Por primera ocasión en el país, se implementó para el maratón la modalidad de "Inscripciones de Valor", iniciativa a la que se sumó la asociación Artists & Runners for Human Rights México (ARFHRM), con el objeto de promover los derechos humanos en la comunidad.

## 60 espacios deportivos

beneficiando a más de 36,000 niños de nivel primaria con Escuelas en Movimiento



**85,000 jóvenes**  
participaron en el torneo de  
fútbol Copa Coca-Cola 2009

Gracias al esfuerzo y valor de los corredores y el compromiso del maratón se logró entregar a 15 asociaciones de beneficencia cerca de 300,000 pesos, que se destinarán a sus respectivas causas y que tendrán un impacto positivo en las personas y las comunidades apoyadas.

En pro de la activación física y una cultura saludable en la niñez, llevamos a cabo el Mini Maratón; una carrera de 4.2 kms de distancia que promueve el ejercicio entre los niños, además de la convivencia familiar. Este año contamos con la participación de más 2,500 corredores.

Es importante destacar que nuestros esfuerzos por un estilo de vida activo y saludable también se llevan a cabo al interior de la compañía y es así que Arca participó en dicho maratón con un equipo de corredores internos patrocinados por la empresa.

Como cada año, Arca y la Compañía Coca-Cola realizan la Copa Coca-Cola, el torneo de fútbol inter-escolar más importante de México, que promueve la actividad física entre los jóvenes de 13 a 15 años de más de 5,000 escuelas.

Durante 13 años, a través de esta competencia deportiva hemos motivado a más de un millón de jóvenes de nivel secundaria a adoptar hábitos positivos de vida a través de la práctica del deporte.

## Programas comunitarios

Uno de los componentes más importantes del Modelo de Responsabilidad Social de Arca es el compromiso de la empresa con las comunidades donde opera, basado en el diálogo y una constante comunicación, y a través de la implementación de diversos programas de ayuda comunitaria.

*En Arca estamos enfocados en atender las expectativas de las comunidades y ser un aliado para su desarrollo.*

Desde hace 23 años, a través de la ANSPAC Arca apoya a las esposas, madre e hijas de nuestros trabajadores, así como a familias pertenecientes a las comunidades vecinas de nuestros centros de trabajo. Las actividades que se realizan se centran en la búsqueda de un desarrollo integral, a través de la impartición de cursos de formación humana, pláticas y capacitación en manualidades que puedan ayudar a generar un ingreso para sus familias. En los 22 centros ANSPAC con que contamos, actualmente participan casi 1,000 personas.

Como parte del compromiso de acercamiento con nuestros grupos de interés, Arca cuenta con programas de visitas que proporcionan un mejor entendimiento mutuo y un acercamiento que fomente una estrecha relación. Misión Coca-Cola consiste en abrir las puertas de nuestras plantas a estudiantes y a la comunidad en general para darles la oportunidad de conocer nuestros centros de trabajo y los procesos de producción.



La empresa no tiene identificada alguna comunidad indígena que se afecte o pudiera afectarse por nuestras operaciones, por lo que no existieron en 2009 incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas. Arca ha trabajado en Chihuahua una relación de cercanía con las comunidades indígenas de la Sierra Tarahumara, a través de la participación de colaboradores de la zona en actividades de voluntariado que apoyen a necesidades específicas de estos grupos.

El Programa de Voluntariado Arca, creado en 2004 ha sido un ejemplo de coordinación y compromiso de vinculación con la comunidad. En el 2008 fue reconocido como Mejor Práctica de Responsabilidad Social por el CEMEFI, y en el 2009 contó con la participación de colaboradores de todos los niveles, beneficiando a un gran número de personas.

Este programa brinda a nuestros empleados la posibilidad de realizar aportaciones voluntarias, las cuales son administradas por cada Comité Volar local en las diferentes ciudades en las que operamos, y se destina a obras de asistencia que ellos mismos definen. Por nuestra parte y como compromiso con la responsabilidad social de la compañía y con nuestros colaboradores, Arca iguala todas las aportaciones acumuladas.

Dentro de este programa, anualmente se realiza el Día del Voluntariado Arca, el cual fortalece nuestros valores, nuestro pensamiento, pero sobre todo, nuestra forma de ser y de proceder.

Como parte de nuestra cultura para el cuidado y la preservación del medio ambiente, promovemos programas de cuidado del mismo entre las comunidades en las que participamos; este año la actividad de voluntariado cuyo lema principal fue "Siembra un Árbol y Cosecha Agua", contó con la participación de más de 2,500 voluntarios, quienes en el 2009 plantaron más de 14,500 árboles en nuestros territorios. Sin duda, esta actividad ha sido una de las más importantes de reforestación social en nuestros territorios, la cual se ha realizado con la guía técnica de Pronatura Noreste A.C., una de las instituciones más respetadas a nivel nacional en esta materia.

A través de los Eco Clubs, buscamos generar conciencia entre los alumnos de escuelas primarias de México sobre la importancia del cuidado y la preservación de los recursos naturales y el medio ambiente. Las escuelas participantes reciben pláticas de estos temas y organizan en sus propias instalaciones centros de acopio de envases de PET.



## Responsabilidad Social en División Arca Argentina

Nuestra División Arca Argentina cuenta con importantes iniciativas y programas de responsabilidad social.

En materia de educación, el Programa Futuro Cercano proporciona becas a alumnos con problemas socio-económicos en Formosa, mientras que la Fundación Junior Achievement apoya al emprendedurismo entre alumnos de primaria y secundaria.

En temas de salud y promoción a la actividad física: el programa Dale Juguemos promueve la actividad física de los niños en las escuelas durante los recreos y en el Festejo del Día del Niño y del Día del Trabajador, con la participación de las familias de los colaboradores. Se realizó también la Copa Coca-Cola, torneo de fútbol que reunió a 48 equipos de ese país.

Entre otras acciones se realizó también una donación a damnificados en la ciudad de Tartagal por el desborde de un río cercano y en la Provincia de Salta se llevó a cabo un programa de fomento al cuidado del medio ambiente.

Gracias a estos esfuerzos, la División Arca Argentina recibió en el 2009 el premio de la Fundación Martearena en la categoría de "Empresas con fuerte compromiso social".

**Más de 2,500 voluntarios**

participaron en el Día Anual del Voluntariado Arca

**14,500 árboles**

plantados en los territorios Arca



**Nuestro liderazgo** se sustenta gracias al valor de nuestras marcas y a la estrategia de satisfacción de las necesidades de nuestros clientes con productos de calidad, tradición, prestigio y siempre ofreciendo un excelente servicio. Es una prioridad para la empresa mantener un diálogo abierto y constante con clientes y consumidores, a través de mecanismos de atención y respuesta a sus comentarios o necesidades.



PR1, PR2, PR3, PR4, PR5,  
PR6, PR7, PR8, PR9



Beneficios de  
nuestras bebidas

La responsabilidad de nuestros productos se ejerce particularmente en dos frentes: clientes y consumidores. Hacia nuestros clientes, estamos comprometidos a actuar como sus socios, en el entendimiento de que su mejora, eficiencia y desarrollo nos fortalecen y dan cumplimiento a nuestros compromisos de responsabilidad social. Hacia nuestros consumidores, continuaremos con la oferta de productos de calidad, tradición y prestigio que satisfagan sus necesidades, así como con un excelente servicio.

Nos caracterizamos por un desempeño cuidadoso y responsable en todos los aspectos de la vida de nuestros productos, con procesos y sistemas eficientes y sustentables. Desde la producción, la introducción de nuevas categorías y presentaciones que complementen las necesidades y estilos de vida de los consumidores, hasta la publicidad, etiquetado y despliegue de información nutrimental, incorporamos las mejores prácticas de responsabilidad y sustentabilidad.

## Hacia el cliente

La atención a nuestros clientes y los esfuerzos hacia su mejora y desarrollo son los ejes que fundamentan nuestra relación con ellos. Consideramos que la comunicación transparente y el apoyo a sus necesidades generan confianza en nuestros productos y servicios y fomentan relaciones positivas y de largo plazo.

La privacidad de la información y datos de nuestros clientes es y ha sido una prioridad para nosotros, y en el 2009 no hemos tenido alguna reclamación relacionada con la violación de su privacidad.

Algunos de los programas que se han venido desarrollando en alianza con los clientes, que apoyan su crecimiento y fomentan mejores prácticas, son:

### Ruta al Mercado (RTM)

A través de la alineación del conocimiento, experiencia y esfuerzo de diversas áreas de la compañía, hemos consolidado una estrategia integral de servicio que atiende de una manera más eficiente y cercana las necesidades de nuestros clientes. Toda mejora en nuestra cadena de distribución impacta positivamente a los clientes, permitiéndoles hacer un mejor uso de sus recursos, y atender más efectivamente sus mercados.

La nueva estrategia de Ruta al Mercado (RTM), se centra en el desarrollo de los clientes a través del uso de recursos especializados, que generan rutas más productivas y mejoran la ejecución del mercado.

### Los beneficios que RTM otorga a nuestros clientes son:

- Incrementa el índice de satisfacción.
- Aumenta el nivel de ventas.
- Desarrolla a la fuerza de ventas haciéndola más especializada, con responsabilidades definidas claramente y con mejores herramientas para un mejor servicio al cliente.
- Recibe en forma y tiempo una mejor atención en el mercado.
- Mejoran los niveles de ejecución.



## Frente Frío

A través del proyecto Frente Frío, más de 25,000 refrigeradores libres de CFC's y con tecnología especializada para la reducción del consumo de energía fueron instalados en el mercado. Esta es una manera más de cumplir con nuestro compromiso de cuidado al medio ambiente, así como con las expectativas de nuestros consumidores al ofrecerles un producto frío y de calidad .

## Socio Distinguido

En Arca contamos con programas de apoyo al crecimiento de nuestros clientes como el Programa "Socio Distinguido", establecido para mantener una comunicación abierta con ellos y fomentar su desarrollo, y el Programa "Amigo Seguro", que facilita la obtención de seguros contra accidentes. Con el objeto de fortalecer la relación con el cliente y favorecer el grado

de colaboración con ellos, el Programa Socio Distinguido funciona con base en un Modelo Colaborativo que lleva al desarrollo de socios estratégicos. Socio Distinguido tiene como objetivo el desarrollar a microempresarios, promoviendo su mejora continua a través de la capacitación y motivación, al mismo tiempo que generando valor para la empresa.



### Hand held

Como una de las iniciativas para mejorar, consolidar y hacer más eficientes los procesos de producción, almacenamiento y venta, se modernizó la infraestructura tecnológica con el sistema administrativo "hand held". Esta tecnología permite un mejor control sobre los niveles de inventario, las cargas de los camiones y resulta en la entrega oportuna y precisa de los pedidos a nuestros clientes.

La línea telefónica SIC constituye un canal de comunicación con el cliente, con la cual abrimos la posibilidad de que exprese sus comentarios, quejas y sugerencias y nos permite reconocer sus expectativas y necesidades para atenderlas de la mejor manera.

### Hacia el consumidor

*En Embotelladoras Arca entendemos que una parte central de nuestra responsabilidad por hacer una diferencia positiva en el país se encuentra en la oferta de las mejores opciones de productos que satisfagan las necesidades y expectativas de nuestros consumidores, y el servicio de excelencia que ellos merecen.*

### Mercadotecnia y Publicidad Responsable

La estrategia de comunicación y promoción de nuestros productos se sustenta en el apego a las leyes y códigos aplicables, así como en prácticas responsables.

Tenemos la responsabilidad sobre el contenido y la calidad de la información que llega a los consumidores acerca de nuestros productos. Apegados a los lineamientos de la Organización Mundial de la Salud y mostrando nuestro compromiso con la salud de los niños mexicanos, en Arca adoptamos en el 2008 el Código de Autorregulación de Publicidad de Alimentos y Bebidas dirigida al Público Infantil (Código PABI), el cual establece los lineamientos específicos para la emisión de publicidad infantil de alimentos y bebidas no alcohólicas, en la búsqueda de la promoción de estilos de vida saludables.

El Código PABI sugiere que toda pieza publicitaria se apegue a los siguientes principios:



- Legalidad
- Honestidad
- Decencia
- Veracidad
- Dignidad
- Competencia Justa
- Salud y Bienestar
- Protección de la Infancia



Es obligación de la empresa dar a conocer al consumidor de manera clara, veraz y abierta, los contenidos de nuestros productos en los empaques y etiquetas, a través de información detallada que le permita tomar una decisión acerca de su consumo.

Los consumidores necesitan, para lograr una alimentación equilibrada, el conocimiento sobre los contenidos de cada producto que ingieren; por ello, la Compañía Coca-Cola incluye en sus etiquetas, las Guías Diarias de Alimentación (GDA's), que son gráficas sencillas que nos informan sobre el contenido de calorías, azúcares, grasas y sodio de cada bebida.

Incluyen también el porcentaje de consumo recomendado de estos ingredientes en una dieta de dos mil calorías por día. Las GDA's se encuentran ya en los envases de Coca-Cola y pronto estarán presentes en todos nuestros productos.

Este sistema de etiquetado se encuentra alineado con las recomendaciones del Consejo Mexicano de la Industria del Consumo (ConMéxico)

Gracias a nuestra estrategia de comunicación responsable y al cumplimiento de las leyes en materia de comunicación, en la empresa no hay registro alguno en 2009 de incumplimientos a alguna norma relacionada con el suministro ni con el uso de productos y servicios de la empresa.

En Arca consideramos que escuchar, informar y asegurar el cumplimiento de los derechos del consumidor es uno de los pilares básicos de atención a los consumidores de Coca-Cola. Para ello contamos con una línea de contacto que es visible en todas las etiquetas de los productos Coca-Cola. Esta opción de comunicación fue establecida hace ocho años y ha atendido más de dos millones de llamadas. La línea HOLA consiste en un sistema centralizado de llamadas que recoge datos y genera información acerca de quejas o reclamaciones. Cada llamada tiene un tiempo de respuesta de dos a siete días, en función a las gestiones necesarias para atenderla.

Gracias a la información generada por este sistema, podemos obtener datos que nos ayudan a atender mejor a los consumidores, así como para que cada departamento adapte sus estrategias a las demandas principales del cliente.



## Salud y seguridad de nuestros productos

En Arca contamos con procesos detallados destinados a asegurar y monitorear la calidad e inocuidad de nuestros productos. Se realizan constantemente evaluaciones externas e internas que cubren todo el ciclo de vida del producto, desde la compra y recepción de materias primas y materiales, hasta la producción, almacenamiento del producto y su distribución a los clientes.

*De manera periódica, se realiza un muestreo aleatorio de productos que se somete a auditorías para monitorear el cumplimiento de los niveles de calidad y la seguridad en los procesos.*

Las evaluaciones externas se centran en una Auditoría de Cumplimiento a requisitos de la Compañía Coca-Cola realizadas anualmente, las cuales verifican que las especificaciones, normas y requisitos se cumplan en las operaciones. Existe además una Auditoría de Risk Assessment de frecuencia anual, que realiza Coca-Cola de México, en la que se busca determinar el nivel de riesgos en los procesos e instalaciones que puedan afectar a la calidad e inocuidad del producto.

De manera interna, mensualmente se realizan las siguientes auditorías: Auditorías Internas de Calidad e Inocuidad a procesos donde se vigila el cumplimiento de las normas ISO 22000, ISO 9001 y PAS 220, Auditorías TPM para verificar la frescura y condiciones de manejo del producto, Auditorías de Fountain que verifican la totalidad de los clientes en términos de Calidad, Inocuidad e Higiene.



Además de estas evaluaciones, la planta Chihuahua se encuentra certificada por un tercero (EQA) con acreditación internacional en la norma ISO 22000, y se busca continuar con este proceso en el 2010. Al momento de certificar una planta, semestralmente se le realizan auditorías de mantenimiento por el organismo certificador, que aseguran la continuidad del sistema de gestión.

La calidad del agua utilizada en nuestros productos es un tema primordial. Anualmente se mandan muestras de agua de origen y tratada a laboratorios externos acreditados por la Entidad Mexicana de Acreditación, en donde se monitorean atributos fisicoquímicos, metales pesados y microbiológicos de la misma, y se certifican del cumplimiento de las especificaciones establecidas por la Secretaría de Salud y la Organización Mundial de la Salud.

En 2009, no ha habido registros de casos de incumplimiento de los reglamentos o códigos voluntarios por parte de la empresa, relacionados con los impactos de los productos o servicios en la salud y seguridad de los consumidores.





**El cuidado y la preservación del medio ambiente**, el continuo desarrollo de tecnologías sustentables y la optimización de nuestros procesos seguirá siendo nuestro compromiso a largo plazo. Reducir, reemplazar e innovar son prioridad de la sustentabilidad ambiental de Arca y cultura de todos los que formamos parte de esta gran empresa.



EN5, EN6, EN7, EN9, EN10, EN16, EN18,  
EN22, EN23, EN26, EN27, EN28, EN30



Principio 7 | 8 | 9



Ambiente

Nuestro compromiso por el cuidado del medio ambiente y los recursos naturales es compartida con nuestros grupos de interés, esta es una labor diaria y en equipo al lado de nuestros colaboradores, clientes y proveedores. Debemos lograr reducir el impacto ambiental de las operaciones de la empresa y cumplir nuestras metas a corto y largo plazo para las generaciones futuras. Con una inversión de más de 32 millones de pesos en proyectos medioambientales tan solo en 2009, refrendamos el compromiso de actuar de manera sustentable en todos nuestros procesos.

Del total de nuestras plantas, nueve cuentan con el certificado de Industria Limpia y dos están trabajando en su plan de acción. Todas las plantas cumplen con los requisitos de la evaluación del Sistema de Calidad de Coca-Cola, en su apartado ambiental.

En Arca contamos con una estrategia para el cuidado del medio ambiente que orienta nuestros esfuerzos hacia tres ejes fundamentales: agua, clima y empaques.

## Agua

El agua es nuestra principal materia prima y reconocemos que es un recurso que se encuentra cada vez más limitado. Por ello, nuestra mayor preocupación continuará siendo el cuidado y la preservación de tan vital líquido en todas las comunidades donde operamos.

*Para el cuidado de este importante elemento, en todas nuestras plantas promovemos el cuidado de este recurso por medio del Programa de Administración del Agua, el cual forma parte del plan estratégico de la empresa.*

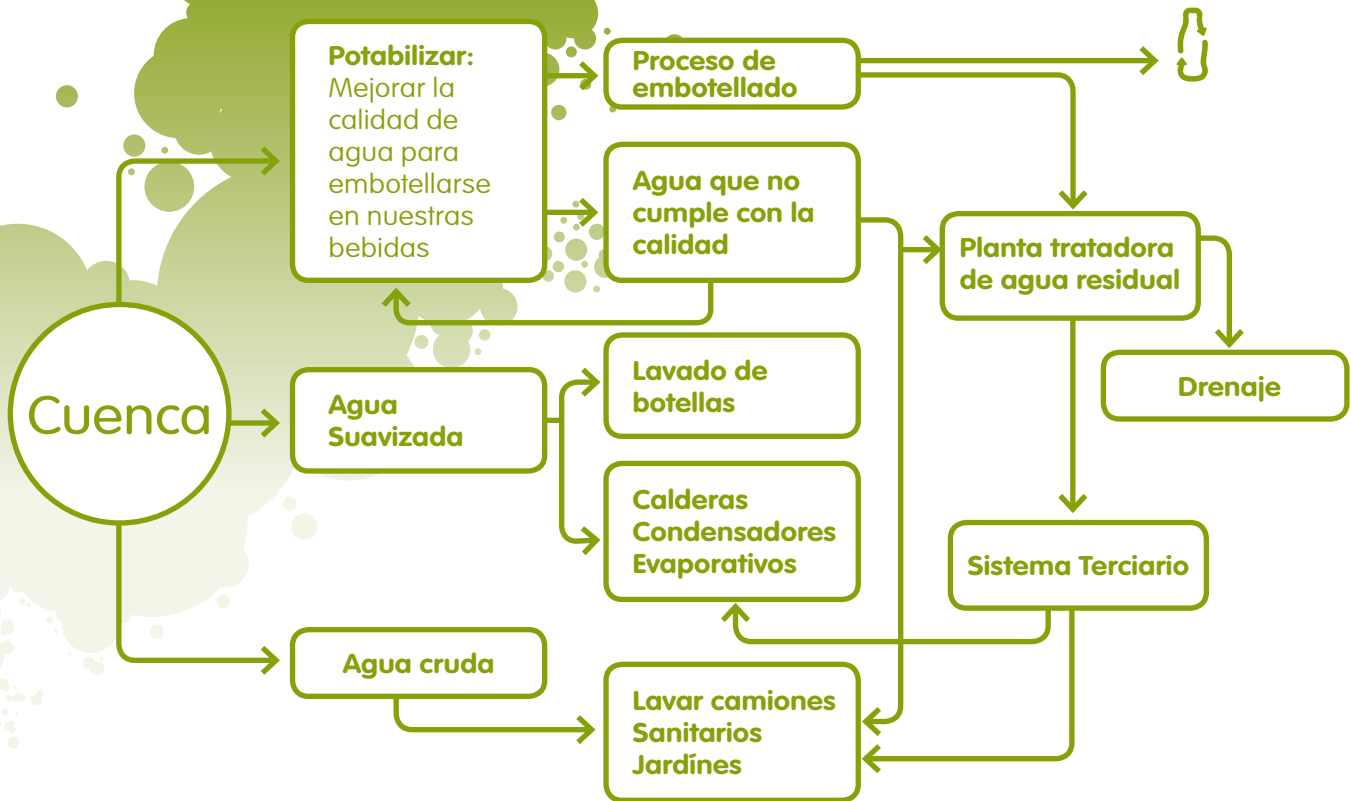
Los tres temas que conforman esta estrategia son:

- Reducir el consumo de agua en la elaboración de nuestras bebidas.
- Reciclar el agua y promover ahorros y eficiencias.
- Reutilizar el agua residual y descargar aguas que cumplen con nuestra política ambiental y que superen las normas establecidas en la materia.

Conscientes de la vulnerabilidad de las fuentes de agua que abastecen nuestras plantas y el riesgo ambiental vinculado con la misma, hemos enfocado esfuerzos a la reducción de su consumo, así como a la conservación de las fuentes que nos abastecen.

**17 millones**  
**en inversión**

para proyectos  
de cuidado del agua  
en 2009



**Se infiltran  
1,000,000 de  
litros de agua**

por hectárea reforestada

Desde el 2007 y en alianza con Coca-Cola de México y la World Wildlife Fund (WWF), arrancamos el proyecto denominado Protección de Vulnerabilidad de la Fuente de Agua (SVA) en nuestros territorios. Este proyecto, junto con el Plan de Protección de la Fuente de Agua, identifica los impactos que tienen nuestros suministros de agua para mitigarlos tomando medidas preventivas enfocadas a no agotar el recurso ni contaminar la fuente.

Coca-Cola de México y el Sistema Embotellador, en alianza con Pronatura A.C., ha puesto en marcha desde el 2008 el Programa Nacional de Reforestación y Cosecha de Agua, el cual tiene como objetivo recuperar 25,000 hectáreas de bosques ubicadas en sitios estratégicos del país para fomentar la continuidad del ciclo hidrológico. La participación de Arca en este programa es parte de las acciones para proteger y mitigar los impactos en las cuencas de agua que abastecen a nuestros territorios e incluye 4 estados de la República en los cuales tenemos operaciones.

En 2009 y tan sólo en los territorios Arca, se han sembrado más de un millón de árboles en 1,082 hectáreas con germoplasma nativo de cada zona, lo cual incrementa la probabilidad de supervivencia de la planta. Asimismo, se han realizado trabajos de conservación de suelo en 1,080 hectáreas que contribuyen a la captación e infiltración de agua al subsuelo, recargando los mantos freáticos y abasteciendo las cuencas de agua.

#### Hectáreas reforestadas

| Estado              | 2008 | 2009 | Total |
|---------------------|------|------|-------|
| Baja California Sur | 0    | 92   | 92    |
| Chihuahua           | 0    | 200  | 200   |
| Coahuila            | 15   | 360  | 375   |
| Nuevo León          | 228  | 430  | 658   |

## Árboles plantados

| Estado              | 2008    | 2009    | Total   |
|---------------------|---------|---------|---------|
| Baja California Sur | 0       | 85,041  | 85,041  |
| Chihuahua           | 0       | 290,000 | 290,000 |
| Coahuila            | 15,000  | 291,000 | 306,000 |
| Nuevo León          | 200,000 | 440,000 | 640,000 |

## Hectáreas con obras de suelo

| Estado              | 2009 |
|---------------------|------|
| Baja California Sur | 90   |
| Chihuahua           | 200  |
| Coahuila            | 360  |
| Nuevo León          | 430  |

Para facilitar el traslado de las plantas a los viveros, en el 2009 se donaron 2 camiones de 4.5 toneladas y un tráiler, a Pronatura Noreste A.C., lo cual facilitó la movilización de 300,000 plantas, contribuyendo así al cumplimiento de las metas del programa.

De forma paralela y con el firme objetivo de desarrollar comunidades cada vez más sustentables, este proyecto impulsa las economías locales y busca minimizar la presión a los bosques. En este sentido, apoyamos a dos comunidades en Laguna de Sánchez, Nuevo León, con educación ambiental y con la construcción y/o habilitación de un vivero comunitario que produzca la planta nativa de cada zona y provea de áreas de producción a la comunidad.

*De la misma manera en la que reducimos el consumo de agua en la fuente, optimizamos el uso de este recurso dentro de nuestra planta productora siendo cada vez más eficientes.*

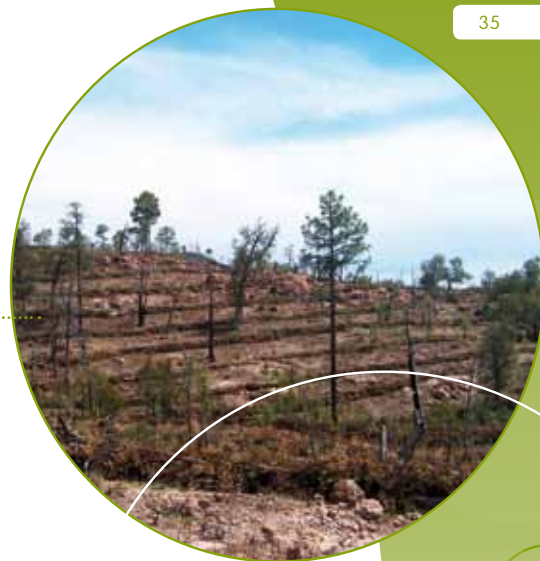
Monitoreamos también el proceso a través de estrictas auditorías y programas de medición y control que se realizan constantemente en el 100% de nuestras plantas lo que ayuda a mejorar la eficiencia en el uso del agua.

Nuestro programa de uso racional de agua dirigido por los 11 comités de ahorro de agua, tiene como enfoque principal orientar todos los procesos en nuestras plantas hacia la reducción en el consumo del recurso para la elaboración de nuestras bebidas. El programa considera la implementación de nuevas tecnologías que reducen su uso en los procesos de producción, tales como el lavado de botellas con aire ionizado, la construcción de plantas tratadoras de agua residual, la inclusión de sistemas terciarios y la inclusión de ósmosis inversa. A la fecha de este informe, 10 de nuestras plantas embotelladoras de Coca-Cola cuentan con una planta tratadora de agua residual, dos con sistemas de tratamiento terciario y una con recuperación de retrolavados de filtros y purga de lodos.

Acerca del tema de aguas residuales, en 2009 se continuaron los proyectos de reutilización de agua en procesos internos en la planta como el riego de jardines, enfriamiento, lavado de flota, servicios sanitarios y calderas, lo cual generó un ahorro en el consumo del vital líquido.

Al mismo tiempo, a través de la capacitación constante, promovemos una cultura de ahorro y uso racional del agua entre los colaboradores. El 100% del personal de producción fue capacitado en 2009 en temas relacionados con el cuidado del medio ambiente y el uso del agua.

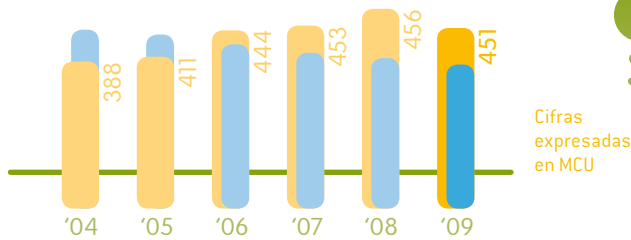
Como parte de nuestro compromiso y dando cumplimiento a lo establecido en la Nom-002-SEMARNAT-1996, el agua que descargamos a la red de drenaje municipal es tratada, con el objeto de eliminar los contaminantes que pudieran afectar otros cuerpos de agua.



## Reducir el consumo de agua

es nuestro compromiso permanentemente

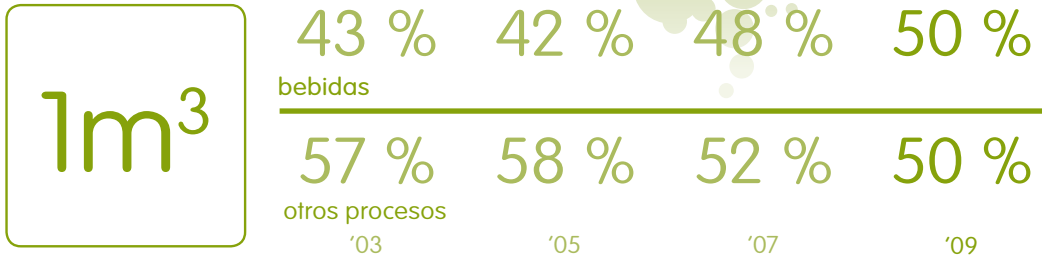
**Consumo de agua/litro de bebida vs producción**



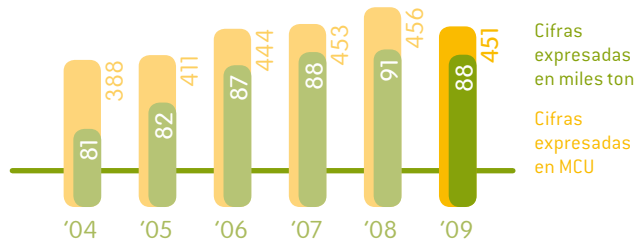
**2.3**  
litros de agua/  
litros de bebida  
consumidos en el 2009

**1.96**  
litros de agua/  
litros de bebida  
consumidos en el 2009

**Razón de eficiencia por m³ de agua**



**Toneladas de CO<sup>2</sup> emitidas vs producción**



**8%**  
de incremento en las  
toneladas  
de CO<sup>2</sup> emitidas

**20%**  
de incremento en la  
producción

En los últimos años hemos cumplido nuestros ambiciosos objetivos de mejora en el manejo del agua y la energía mostrando una tendencia de eficiencia constante en el tiempo.

Con el propósito de seguir cumpliendo nuestros objetivos, seguiremos implementando los sistemas de auditoría y control, realizaremos importantes inversiones en tecnología para la reducción y reutilización del agua e innovaremos en los procesos de producción.

**Ahorro de Energía**

**La inversión en materia de energía**

ha sido de más de 11 millones en monitoreo y medición, diagnósticos energéticos y luminarias de energía limpia.

Nuestro negocio seguirá creciendo, pero no podemos decir lo mismo de nuestras emisiones. Estamos comprometidos a reducir año con año el consumo de energía y las emisiones al medio ambiente.

En materia energética, los esfuerzos se centran en diversas iniciativas orientadas a reducir, reemplazar e innovar.

A través de nuestros programas y auditorías de eficiencia energética llevamos a cabo las acciones necesarias para el uso racional y eficiente de la energía en todas nuestras plantas productoras, centros de distribución y en nuestra cadena de distribución.

## Reducir

Como parte de los esfuerzos por reducir el consumo de energía en los procesos de producción, llevamos a cabo un monitoreo y diagnóstico del consumo de energía y las emisiones generadas. Contamos también con el Programa Invernal de Ahorro de Energía, el cual ha sido diseñado con el propósito de disminuir el consumo de energía en los meses invernales, y consiste en el reajuste del número de turnos, reduciéndolos de tres a dos. Este programa se inicia en la última semana de octubre hasta el mes de marzo, meses durante los cuales se utilizarán los equipos de alto consumo de energía en un período más corto del día sin la necesidad de reducir el número de personal ni de equipos. Este programa ha logrado un ahorro de 300,000 kw/hr al año.

Otras iniciativas e innovaciones que han permitido la reducción del consumo de energía y las emisiones son:

- La innovación en la capacidad de carga de nuestros camiones, lo cual reduce el número de viajes necesarios para los traslados más largos del producto.
- La utilización de montacargas eléctricos en nuestros almacenes y plantas.
- La instalación de motores de alta eficiencia en las plantas productivas.

El monitoreo de indicadores de rendimiento de combustible nos permite detectar áreas de oportunidad y ser cada vez más eficientes en el consumo de óleos; ejemplo de ello es la configuración "Fully" y el sistema "Drop and Hook" que están orientados a la reducción y optimización en los traslados de producto hacia los centros de distribución, así como el monitoreo y diagnóstico de instalaciones eléctricas en todas nuestras plantas y oficinas.

## Reemplazar

Nos comprometemos a la expansión de nuestros centros de producción y distribución, y a utilizar nuevas tecnologías que reduzcan el consumo de energía, sustituyendo motores, bombas, luminarias, por aquellos que utilicen fuentes renovables en su funcionamiento.

En 2009, hemos llevado a cabo iniciativas de transición hacia el uso de fuentes renovables de energía en oficinas administrativas, centros de producción y distribución, así como en flota y enfriadores, tales como:

- La instalación de luminarias ahorradoras.
- La introducción de camiones híbridos a rutas de distribución.

## Innovar

Se han desarrollado junto con nuestros proveedores, tecnologías que reducen el consumo de energía de nuestros refrigeradores, y en consecuencia, las emisiones de efecto invernadero a la atmósfera.

*La innovación en la manera de hacer las cosas y en la tecnología utilizada en nuestras operaciones, ha sido siempre una constante que nos ha permitido reducir costos, optimizar el uso de los recursos y minimizar los impactos ambientales ocasionados por nuestras operaciones.*

El 100% de nuestros refrigeradores en el mercado son libres de CFC's y cuentan con dispositivos de ahorro de energía los cuales permitieron en 2009 un ahorro de más de 9 millones kw-hr-9año.

**Nos proponemos mantener la huella de carbono**

generada en 2004 para el 2015.

**Nuestras plantas no generan emisiones**

por energías directas.

Como parte del proceso de concientización y administración eficiente del uso de la energía, se constituyeron comités de ahorro en cuatro plantas de producción, cuyas funciones principales son:

- Organizar y conducir inspecciones de energía periódica.
- Integrar iniciativas de eficiencia energética a los procesos de producción y operación.
- Reconocer al personal de la planta al alcanzar objetivos de optimización y ahorro.

## Empaques y Residuos

Nuestra responsabilidad no termina con la producción de bebidas y alimentos de calidad. La naturaleza de los materiales de nuestros empaques, así como la información plasmada en las etiquetas, forma parte de una estrategia responsable que cubre todos los aspectos de nuestro desempeño y productos.

**33%**  
de nuestros empaques  
son retornables

**67%**  
de nuestros empaques  
no son retornables

Es una prioridad para Arca el desarrollo de empaques más ligeros, por lo que hemos invertido en esta iniciativa 25 millones de pesos. En 2005 iniciamos el plan de aligerado de botella a través del cual, tan sólo en 2009, se han ahorrado 2,500 toneladas de resina de PET (politereftalato de etileno).

En 2009 iniciamos pruebas para agregar material reciclado en nuestras botellas de PET, con lo que pretendemos que en 2010, el 5% del total de la resina utilizada provenga de materiales reciclados, hasta alcanzar un 15% en el tiempo.

Apoyamos de manera decidida todas las iniciativas promovidas por el ECOCE (Ecología y Compromiso Empresarial), asociación civil de la cual somos socios fundadores. A través de la misma, apoyamos al programa de recolección y reciclado de botellas PET que tiene mayor alcance en el país. Gracias al esfuerzo de

ECOCE, en 2009 fueron acopiadas 100,000 toneladas de PET, lo que representan tan solo el 22% del universo de botellas PET en el mercado.

Una empresa como la nuestra, con el tamaño y volumen de operaciones, así como con los niveles de producción que manejamos, genera un volumen importante de residuos, los cuales, clasificados y manejados responsablemente, evitan causar un impacto negativo en las zonas que rodean a los centros de producción. En Arca, es una preocupación constante el manejar los residuos de la mejor manera para evitar el daño al medio ambiente.

A través de la reutilización y reciclaje de diversos materiales utilizados en los procesos de producción, hemos logrado una reducción importante de residuos, siempre respetando la normatividad y comprometidos con la búsqueda de alternativas que generen más reducciones.

### Desecho Sólido Reciclado o Reusado (Toneladas)

|        |        |       |          |             |
|--------|--------|-------|----------|-------------|
| Cartón | Vidrio | Pet   | Aluminio | Taparroasca |
| 9,090  | 5,363  | 1,089 | 87       | 1,603       |

|          |         |        |       |
|----------|---------|--------|-------|
| Plástico | Metales | Madera | Otros |
| 1,545    | 900     | 860    | 2,757 |

**8,566**  
tons de basura utilizada  
para relleno sanitario

**381**  
tons de residuos  
peligrosos confinados

**72.25%**  
desechos reciclados/  
desechos

**32,242**  
Tons de desechos  
sólidos

En 2009 no hemos sufrido ningún derrame producto de nuestras operaciones, ni la empresa ha sido objeto de alguna sanción o multa por incumplimiento de alguna norma ambiental.





## **Informe sobre la revisión independiente del Informe de Responsabilidad Social Arca 2009 de Embotelladoras Arca S.A. de CV.**

### **Alcance de nuestro trabajo**

La presente verificación independiente consistió en una revisión del contenido e indicadores de desempeño presentados en el Informe de Responsabilidad Social Arca 2009.

Nuestra revisión tomó como base los estándares (IASE 3000), y la metodología del Global Reporting Initiative versión 3.0 (GRI G3) para la realización de reportes de sustentabilidad.

### **Proceso de verificación**

La responsabilidad de Redes Sociales LT, S.A. de C.V. consistió en revisar el contenido del documento, para lo cual se realizaron entrevistas en diversas áreas de Embotelladoras Arca, relacionadas con la sustentabilidad de la institución y que participaron activamente en la elaboración del Informe.

De igual forma se implementaron diversos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo, las cuales se describen a continuación:

- Análisis de los procesos de recopilación y validación de la información
- Comprobación de los indicadores centrales incluidos en el Reporte
- Reuniones con el personal a cargo de la elaboración del Reporte, con el fin de conocer los principios, modelo de negocio, modelo de sustentabilidad, formas de trabajo, y la gestión de sus programas relacionados con la sustentabilidad.
- Consistencia del Reporte 2009 con el realizado en el año 2008, en relación de indicadores, seguimiento de programas, profundidad de información e incremento de indicadores.
- Comprobación de información cuantitativa y cualitativa con base a una selección de indicadores GRI, de los reportes 2008 y 2009.

## Conclusiones

Con base a nuestra revisión, no tenemos conocimiento de ningún aspecto que nos haga pensar que:

- El Informe de Responsabilidad Social Arca2009, no ha sido preparado de acuerdo con la Guía para la elaboración de Memorias de Sustentabilidad de Global Reporting Initiative versión 3.0 (GRI G3)
- No se evidenció que la información contenida en este Informe y relativa a los indicadores revisados, así como los procesos y acciones relacionadas con la sustentabilidad de la institución, contienen errores significativos.
- No se ha puesto de manifiesto, algún aspecto que nos haga creer que la información cuenta con inconsistencias entre el informe 2008 y 2009.

El proceso de revisión muestra que Embotelladoras Arca presenta y comunica en el presente Informe de manera balanceada y oportuna los indicadores de desempeño seleccionados para la verificación.

El Informe de Responsabilidad Social Arca 2009, se preparó de acuerdo a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad GRI en su versión 3.0 (G3) con un nivel de aplicación B+.

## Recomendaciones

Como resultado de nuestra revisión proporcionamos las siguientes recomendaciones:

- Sistematizar el proceso de recopilación de información
- Mejorar aún más la medición del impacto social de sus actividades de negocio y filantrópicas

Mtra. Lourdes Yáñez  
Redes Sociales

# Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas

- Principio N° 1** Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados a nivel internacional.
- Principio N° 2** No ser cómplice de abusos de los derechos humanos.
- Principio N° 3** Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento de los derechos a la negociación colectiva.
- Principio N° 4** Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
- Principio N° 5** Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.
- Principio N° 6** Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo.
- Principio N° 7** Las empresas deberán apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales.
- Principio N° 8** Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
- Principio N° 9** Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.
- Principio N° 10** Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.

## Principios de Calidad de los Reportes GRI

### Equilibrio

La memoria deberá reflejar los aspectos positivos y negativos del desempeño de la organización para permitir una valoración razonable del desempeño general.

### Comparabilidad

Se deben seleccionar, recopilar y divulgar los aspectos y la información de forma consistente. La información divulgada se debe presentar de modo que permita que los grupos de interés analicen los cambios experimentados por la organización con el paso del tiempo, así como con respecto a otras organizaciones.

### Precisión

La información que contiene el reporte debe ser precisa y suficientemente detallada como para que los diferentes grupos de interés puedan valorar el desempeño de la organización informante.

### Periodicidad

La información se presentará a tiempo y siguiendo un calendario periódico de forma que los grupos de interés puedan tomar decisiones con la información adecuada.

### Claridad

La información debe exponerse de una manera comprensible y accesible para los grupos de interés que vayan a hacer uso de la memoria.

### Fiabilidad

La información y los procedimientos seguidos en la preparación de una memoria deberán ser recopilados, registrados, compilados, analizados y presentados de forma que puedan ser sujetos a examen y que establezcan la calidad y la materialidad de la información.

### Definición de Materialidad de un Reporte

La información contenida en los reportes deberán cubrir aquellos aspectos e indicadores que reflejen los impactos sociales, ambientales y económicos de la organización o aquéllos que podrían ejercer una influencia sustancial en los grupos de interés.

La manera de decidir los temas relevantes que deben incluirse en el reporte es a través de una matriz de materialidad que define cuáles son los impactos sociales, ambientales y económicos de las actividades de la empresa y cómo influyen en las decisiones y evaluaciones de los grupos de interés.

# Índice GRI

|   | Principio GRI | Página         |   | Principio GRI | Página     |
|---|---------------|----------------|---|---------------|------------|
| <b>Estrategia y análisis</b>                                  |               |                | Misión, visión y valores  | 4.8           | 10         |
| Declaración de Compromiso                                     | 1.1           | 2, 3           | Supervisión del desempeño económico, social y ambiental             | 4.9           | 11         |
| Principales riesgos impactos y oportunidades                  | 1.2           | 2, 3           | Proceso de autoevaluación del consejo                               | 4.10          | 11         |
| <b>Perfil de la empresa</b>                                   |               |                | Aplicación del principio de precaución                              | 4.11          | 6, 7       |
| Nombre de la empresa  | 2.1           | 12             | Respaldo de cartas, principios u otras iniciativas                  | 4.12          | 18         |
| Principales marcas  | 2.2           | 13             | Participación en asociaciones u organismos                          | 4.13          | 9          |
| Estructura organizacional                                     | 2.3           | 12             | Inclusión de grupos de interés propiciada por la empresa            | 4.14          | 4,5        |
| Sede de la organización                                       | 2.4           | 12             | Base para la identificación de grupos de interés                    | 4.15          | 7          |
| Países en los que opera                                       | 2.5           | 12             | Abordaje a los grupos de interés                                    | 4.16          | 7, 8, 9    |
| Naturaleza jurídica   | 2.6           | 12             | Reconocer expectativas y necesidades de los grupos de interés       | 4.17          | 7, 8, 9    |
| Presencia en el mercado                                       | 2.7           | 13             | <b>Desempeño económico</b>  |               |            |
| Dimensión de la organización                                  | 2.8           | I.A.'09        | Valor económico generado y distribuido                              | EC1           | I.A.'09    |
| Cambios en la estructura de la organización                   | 2.9           | 12             | Ayuda financiera significativa recibida del gobierno                | EC4           | 9          |
| Premios recibidos   | 2.10          | 44             | Variación del salario más bajo pagado contra el salario mínimo      | EC5           | 17         |
| <b>Perfil del informe</b>                                     |               |                | Inversiones para el bien público y social                           | EC8           | 23-25      |
| Periodo que se cubre  | 3.1           | 5              | <b>Desempeño ambiental</b>  |               |            |
| Fecha del último informe                                      | 3.2           | 4              | Iniciativas para suministrar productos con bajo consumo             | EN6           | 36         |
| Ciclo de emisión de informes                                  | 3.3           | 4              | Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía            | EN7           | 33, 37     |
| Datos de contacto   | 3.4           | 3era de forros | Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada          | EN10          | 34, 35, 36 |
| Proceso para definición del contenido                         | 3.5           | 4,5            | Hábitats protegidos   | EN13          | 34, 35     |
| Definición del contenido                                      | 3.6           | 5              | Total de emisiones emitidas   | EN16          | 36         |
| Limitaciones específicas                                      | 3.7           | 5              | Emisiones indirectas  | EN17          | 37         |
| Inclusión de otros negocios                                   | 3.8           | 5              | Iniciativas para reducir las emisiones                              | EN18          | 36, 37     |
| Técnicas de medición de datos                                 | 3.9           | 5              | Peso total de residuos por tipo y disposición                       | EN22          | 38         |
| Consecuencias de cualquier reformulación del contenido        | 3.10          | 5              | Número y volumen total de derrames                                  | EN23          | 38         |
| Cambios en reformulación del contenido                        | 3.11          | 5              | Iniciativas para mitigar los impactos ambientales                   | EN26          | 37, 38     |
| Tabla GRI   | 3.12          | 42,43          | Porcentaje de empaques recuperados en relación con el total vendido | EN27          | 38         |
| Verificación del informe por un tercero                       | 3.13          | 39,40          |   |               |            |
| <b>Gobierno corporativo</b>                                   |               |                |   |               |            |
| Estructura de gobierno  | 4.1           | 11             |   |               |            |
| Función del presidente del consejo                            | 4.2           | 11             |   |               |            |
| Estructura de administración unitaria                         | 4.3           | 11             |   |               |            |
| Mecanismo para comunicarse con el alto órgano de gobierno     | 4.4           | 11             |   |               |            |
| Remuneración de los miembros más altos del órgano de gobierno | 4.5           | 17             |   |               |            |
| Procesos para evitar conflicto de intereses                   | 4.6           | 11             |   |               |            |
| Proceso para seleccionar a los miembros del consejo           | 4.7           | 11             |   |               |            |

|   | Principio GRI | Página |   | Principio GRI | Página |
|---|---------------|--------|---|---------------|--------|
| Valor monetario en multas por sanciones por incumplimiento ambiental      | EN28          | 38     | Riesgo de violación al derecho de negociación colectiva y las medidas tomadas para evitarlo | HR5           | 18, 19 |
| Total de inversiones en la protección ambiental                           | EN30          | 33     | Riesgo de que ocurra trabajo infantil y las medidas tomadas para evitarlo                   | HR6           | 18, 19 |
| <b>Desempeño de prácticas laborales</b>                                   |               |        | Riesgo de que ocurra trabajo forzado y las medidas tomadas para evitarlo                    | HR7           | 18, 19 |
| Total de trabajadores   | LA1           | 13     | Porcentaje del personal de seguridad capacitado en temas de derechos humanos                | HR8           | 20     |
| Tasa de rotación  | LA2           | 17     | Violación de derechos humanos en comunidades indígenas                                      | HR9           | 24     |
| Beneficios ofrecidos a empleados  | LA3           | 17     | <b>Desempeño social</b>   |               |        |
| Porcentaje de empleados cubiertos en contratos colectivos                 | LA4           | 18     | Naturaleza, alcance y efectividad de los programas en la comunidad                          | S01           | 23-25  |
| Plazo mínimo de notificación referentes a cambios significativos          | LA5           | 17     | Unidades evaluadas en temas relacionados con la corrupción                                  | S02           | 18     |
| Porcentaje de empleados representados en comités de seguridad y salud     | LA6           | 19     | Porcentaje de empleados capacitados en las políticas y procedimientos de anticorrupción     | S03           | 18     |
| Tasa de lesiones, enfermedades, ausentismos y decesos                     | LA7           | 20     | Medidas tomadas en caso de anticorrupción   | S04           | 11     |
| Programas de prevención y control de riesgos                              | LA8           | 19, 20 | Postura en cuanto a políticas públicas  | S05           | 9      |
| Temas relacionados con seguridad y salud cubiertos en acuerdos colectivos | LA9           | 19     | Contribuciones financieras a partidos políticos   | S06           | 9      |
| Horas de capacitación desglosadas por categoría funcional                 | LA10          | 21     | <b>Responsabilidad de producto</b>  |               |        |
| Gestión de competencias que apoyan la continuidad y empleabilidad         | LA11          | 21     | Fase ciclo de vida del producto   | PR1           | 27     |
| Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones                          | LA12          | 21     | Casos de incumplimiento a leyes o códigos relacionados con la salud y seguridad             | PR2           | 31     |
| Proporción de salarios entre hombres y mujeres                            | LA14          | 17     | Rotulación de productos   | PR3           | 30     |
| <b>Desempeño social referente a los derechos humanos</b>                  |               |        | Incumplimiento relacionados con la información y rotulación de etiquetas                    | PR4           | 30     |
| Contratos con proveedores que incluyen cláusulas de derechos humanos      | HR1           | 18     | Prácticas relacionadas con la satisfacción del cliente                                      | PR5           | 27     |
| Proveedores sometidos a evaluaciones sobre derechos humanos               | HR2           | 18     | Códigos adoptados relacionados con la comunicación y la mercadotecnia de los productos      | PR6           | 29     |
| Capacitación relacionada  | HR3           | 18     | Reclamos por pérdida de información de los clientes   | PR8           | 27     |
| Número total de casos de discriminación                                   | HR4           | 18     |   |               |        |



Indicador Esencial



Indicador Suplementario

# Premios y Distinciones recibidos en el 2009

- Empresa Socialmente Responsable por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) por 6º año consecutivo.
- Mejor Práctica de Responsabilidad Social al Programa de Profundización de Valores, otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía en la categoría de calidad de vida en la empresa.
- Premio Estatal a la Calidad, a la Planta Matamoros.
- Certificado Industria Limpia en nueve plantas.

Mantenemos el compromiso de promover una cultura de sustentabilidad entre todos los que colaboran con nosotros. Estamos conscientes de que debemos continuar trabajando de manera eficiente para conseguir un **cambio positivo** a largo plazo en todos aquellos impactos que nuestro negocio tenga sobre nuestra gente, vecinos, socios comerciales, las comunidades y el entorno.

Punto de contacto para  
cuestiones relativas al informe:

### Responsabilidad Social Arca

Guillermo Garza  
Laura Elizondo  
Ave. San Jerónimo  
64640 Monterrey, Nuevo León, México  
Tel.: (81) 8151-1400  
rs@e-arca.com.mx  
www.e-arca.com.mx



### Fuentes Mixtas

Grupo de producto de bosques bien  
manejados, fuentes controladas  
y madera o fibra reciclada.  
www.fsc.org Cert no. SG5-COC-002420  
© 1996 Forest Stewardship Council

