



**acciones  
con valor**

Informe de  
Responsabilidad  
Social 2008



**FEMSA**

# Índice

Homenaje a Don Eugenio Garza Lagüera	1
Introducción	2
Carta del Presidente del Consejo y Director General	4
Perfil de Nuestra Empresa	6
Principios, valores y cultura FEMSA	10
Fundación FEMSA	17
<b>Eje 1</b> Calidad de vida en la empresa	18
<b>Eje 2</b> Salud y bienestar	28
<b>Eje 3</b> Vinculación con la comunidad	34
<b>Eje 4</b> Cuidado del medio ambiente	44
Visión Global	56
Índice GRI	68

*Homenaje a un gran líder*

## Don Eugenio Garza Lagüera

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

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

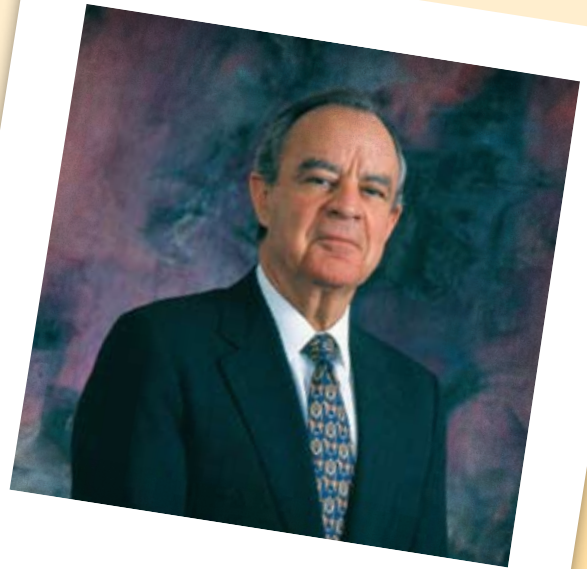
Su talento creador y su sencillez, son cualidades que siguen vivas en FEMSA. Su liderazgo nos enseñó que la integridad y el respeto a los compromisos, son la base de nuestro actuar en los buenos y en los malos tiempos.

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

Impulsó una cultura de generación de valor económico y social, que hoy es palpable en los nueve países en donde la compañía tiene operaciones.

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

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



*Don Eugenio Garza Lagüera  
(1923-2008)*

*Gracias Don Eugenio:*

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

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

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

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

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

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

# acción

En FEMSA, la responsabilidad social se basa en nuestro compromiso permanente con el desarrollo sustentable tanto de la empresa como de su entorno.

Creemos que para continuar creciendo con éxito, es necesario impulsar los beneficios que nuestra empresa aporta para el desarrollo y bienestar de nuestros colaboradores y sus familias, de nuestras comunidades y públicos de interés, así como minimizar el impacto que pudieran tener nuestras operaciones sobre el medio ambiente.

Para alcanzar lo anterior trabajamos en varias direcciones: nos esforzamos por atender las necesidades básicas de nuestra comunidad interna, como son la educación, la salud y la promoción de su desarrollo; nos solidarizamos

con la comunidad en casos de desastres naturales; apoyamos el trabajo comunitario en conjunto con autoridades y otras organizaciones; colaboramos con cámaras empresariales y organizaciones de la sociedad civil en iniciativas que promueven el bienestar de la comunidad; impulsamos programas que difunden estilos de vida responsables y saludables; difundimos el arte y la cultura; buscamos la mejora continua de nuestros procesos y equipos en el uso más eficiente de recursos como energía y el agua, y promovemos una mayor cultura ecológica dentro y fuera de nuestras operaciones.

Sabemos que mejorar las condiciones de vida es compromiso de todos, por ello nos fijamos retos ambiciosos para hacer nuestra parte como ciudadano corporativo responsable.



*Raúl Santibañez Almaguer  
Centro de Distribución FEMSA Cerveza  
Monterrey, México.*



*Eleazar Reyes Torres  
Jugos Del Valle, México.*



*Participantes en natación SCyF  
Monterrey, México.*

# → valor

Nuestra filosofía de trabajo y los valores que la sustentan nos han permitido construir a través de los años, una amplia gama de iniciativas de desarrollo y bienestar para nuestros colaboradores y sus familias, que fueron pioneras en México, como los programas de salud, capacitación, vivienda, fomento del ahorro y desarrollo familiar, llevados a cabo a través de instituciones como la Sociedad Cuauhtémoc y Famosa (SCYF).

Hoy, a 118 años de nuestra fundación, contamos con un esquema integral de responsabilidad social que promueve activamente la **creación simultánea de valor económico y social**.

Este esquema se ha ido enriqueciendo y fortaleciendo a lo largo de los años, a través de la actitud comprometida de nuestros colaboradores, la preferencia de nuestros clientes y consumidores y el reconocimiento de autoridades y organizaciones en los países en que operamos.

Sabemos que ser socialmente responsables no es un destino a donde llegar, sino una meta que se alcanza día a día. Nuestro compromiso es seguir impulsando con el mismo entusiasmo esta filosofía de trabajo.



*Marco Antonio Mascardía Galindo  
Gerente Legal Internacional  
FEMSA Corporativo.*



*Daniel Pérez, Omar Álvarez y Catalina Ávila  
Coca-Cola FEMSA Colombia.*



# Introducción

Ser una empresa socialmente responsable es un compromiso constante que asumimos proactivamente con todos nuestros públicos. Este compromiso inicia con nuestros colaboradores y sus familias, y se extiende a quienes están relacionados con nuestras operaciones, como proveedores, clientes, la comunidad y el medio ambiente.

## GRI 3.2

Tradicionalmente, nuestro informe anual a accionistas ha incluido un resumen de algunos programas significativos de nuestro esquema de responsabilidad social. A partir de 2004, buscando informar de manera más detallada nuestras acciones en este aspecto, hemos elaborado dos reportes de responsabilidad social, siendo el más reciente el publicado en 2008.

## GRI 3.3

El presente es nuestro tercer informe de responsabilidad social, a partir del cual asumimos el reto de elaborarlo y difundirlo anualmente.

## GRI 3.1, 3.11 y 4.12

Este documento da a conocer al lector nuestra filosofía, valores y visión de la responsabilidad social, así como las acciones y logros más representativos alcanzados en 2008. Como parte de nuestra cultura de mejora continua, para la elaboración de este reporte hemos adoptado lineamientos internacionales en la materia, ejemplo de ello es la incorporación de los indicadores del *Global Reporting Initiative* (GRI) y representa nuestro tercer reporte sobre el progreso del compromiso adquirido como empresa miembro del **Pacto Mundial de las Naciones Unidas**.



A lo largo del documento, señalamos cada referencia hecha a algún indicador GRI específico con color **vino** y a los principios del Pacto Mundial en color **naranja**. Así mismo, al final se incluye una tabla de referencia para el GRI.

**GRI 3.13**

En FEMSA estamos conscientes de que incorporar por primera vez los indicadores GRI implica el reto de evolucionar paulatinamente en la homologación de nuestros sistemas y procedimientos, para seguir impulsando los niveles de cumplimiento de nuestro compromiso en responsabilidad social. Por esta razón, este documento no fue sometido a verificación externa.

**GRI 3.5**

Para definir el contenido de la información de este reporte se partió de dos criterios, por un lado, se consideró la relevancia de las acciones e iniciativas emprendidas y sus impactos en los ámbitos sociales, económicos y ambientales, así como su influencia en los diversos grupos de interés de la empresa. Por otra parte, utilizamos la filosofía, el giro y tipo de actividades productivas realizadas y el impacto que tienen en la comunidad y el medio ambiente, además de la experiencia adquirida en la elaboración de los reportes anteriores.

Tomando en cuenta lo anterior, el presente reporte está organizado en dos grandes secciones: La primera, dedicada a los fundamentos, descripción de la empresa, mensaje del Director General, filosofía empresarial y nuestro esquema de responsabilidad social. En la segunda parte abordamos los cuatro ejes de nuestro esquema de responsabilidad social: **Calidad de Vida en la Empresa, Salud y Bienestar, Vinculación con la Comunidad y Cuidado del Medio Ambiente**, los cuales a su vez se subdividen en diversas áreas de acción, partiendo cada una de ellas de un ejemplo-testimonio de las actividades más representativas. Finalmente, incluimos un resumen de los logros más relevantes por país.

**GRI 2.5, 2.7, 2.9, 3.6, 3.8 y 3.11**

La información reportada incluye actividades realizadas por FEMSA y sus Unidades de Negocio: **Coca-Cola FEMSA, FEMSA Cerveza y FEMSA Comercio; y el área de Insumos Estratégicos (Logística y Empaques)**. De esta manera, tenemos operaciones en Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá y Venezuela. Además, incluimos iniciativas emprendidas por la Dirección de Asuntos Corporativos, área creada recientemente para fortalecer aún más el compromiso de FEMSA con la responsabilidad social.

A diferencia de reportes anteriores, esta edición incluye información sobre los negocios integrados durante 2008 y los territorios en los que hemos expandido la presencia de nuestras Unidades de Negocio: REMIL, franquicia de The Coca-Cola Company en Brasil, Jugos del Valle en México y Brasil, Agua De Los Ángeles en México, Agua Brisa en Colombia y la expansión de Logística en Costa Rica, Panamá y Brasil.



*Sergio López Marrón  
Centro de Distribución OXXO  
Monterrey, México.*

# carta



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

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

El 2008 fue un año de importantes logros para FEMSA en cuanto al desempeño de nuestros negocios y también en nuestra labor de ser socialmente responsables.

Desde la perspectiva de negocios, a pesar de la difícil situación económica observada en 2008 que se reflejó principalmente en presiones de precios en algunos de nuestros insumos estratégicos, logramos generar sólidos resultados operativos y financieros, mejorar nuestra posición competitiva y extender la tendencia de crecimiento.

La clave para lograrlo fue la atinada ejecución de nuestra plataforma integrada de bebidas, la transferencia de mejores prácticas, las estrategias de administración del valor del cliente y de segmentación de mercado, así como nuestra capacidad para adaptarnos a entornos inciertos. Todo esto nos llevó a registrar crecimientos por arriba de las industrias en las que participamos.

En nuestra acción de responsabilidad social alcanzamos también importantes logros en prácticamente todas las áreas, a la vez que seguimos construyendo una base cada vez más fuerte que nos permitirá seguir avanzando en esta labor.

En FEMSA, la responsabilidad social es más que una acción a favor del desarrollo integral de nuestros colaboradores, sus familias, la comunidad y el medio ambiente. Es una filosofía

de trabajo que a lo largo de 118 años hemos venido ampliando y perfeccionando. Consideramos que actuar con sensibilidad respecto a nuestros grupos de interés y trabajar decididamente para superar los retos del entorno, es estratégico para el crecimiento y sustentabilidad de la empresa.

Dada esta relevancia, decidimos crear la **Dirección de Asuntos Corporativos**, área que tiene como misión impulsar acciones para el adecuado manejo del entorno con un enfoque proactivo; gestionar las mejores relaciones de entendimiento y colaboración con las distintas autoridades, ampliar la capacidad para generar valor social y cultural en las comunidades donde operamos y obtener una reputación óptima como empresa responsable que genera simultáneamente valor económico y social.

Como parte de este esfuerzo, en 2008 iniciamos la operación de la **Fundación FEMSA**, institución que representa un importante instrumento de inversión social de FEMSA en apoyo a la educación, la ciencia y la tecnología para la conservación y el uso sustentable del agua, así como la promoción de la vida saludable en la comunidad.

El 2008 no dejó de ser un año de retos para FEMSA en los diversos ámbitos de la responsabilidad social. En lo que corresponde a la salud de la población, se hicieron presentes los temas de obesidad, particularmente en Latinoamérica, y el consumo responsable de bebidas con contenido de alcohol. En el ámbito medioambiental, el cambio





La primera gran acción de la Fundación FEMSA fue la creación del **Centro del Agua para América Latina y el Caribe**, proyecto en conjunto con el Tecnológico de Monterrey y el Banco Interamericano de Desarrollo, organizaciones que comparten los mismos principios de responsabilidad y compromiso con el bienestar de la comunidad.

climático y sus implicaciones en disponibilidad de agua potable y el manejo adecuado de desechos sólidos también cobraron relevancia. Este año, enfocamos gran parte de nuestros esfuerzos hacia temas que consideramos podrían representar un riesgo para la operación de nuestros negocios y donde, al mismo tiempo, podríamos tener un impacto favorable en la calidad de vida de la comunidad.

Por ello, la primera gran acción de la Fundación FEMSA fue la creación del **Centro del Agua para América Latina y el Caribe**, proyecto en conjunto con el Tecnológico de Monterrey y el Banco Interamericano de Desarrollo, organizaciones que comparten los mismos principios de responsabilidad y compromiso con el bienestar de la comunidad. Este proyecto está orientado a investigaciones para la sustentabilidad del agua, tecnologías para optimizar los costos de potabilización y el saneamiento de las afluentes naturales de agua.

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

Por otro lado, seguimos dando continuidad a aquellas acciones que hemos llevado a cabo por años y que son la base de nuestro esquema de responsabilidad social, enri-

queciendo esta labor con las aportaciones de las empresas recientemente incorporadas a FEMSA. Gracias a ello, no sólo crecimos en tamaño, sino también en generación de valor social.

Buscando elevar nuestro nivel de compromiso, en 2005 nos adherimos al **Pacto Mundial de las Naciones Unidas**, e incorporamos por vez primera en esta edición, los indicadores del **Global Reporting Initiative** (GRI) para la elaboración de reportes de responsabilidad social.

El 2009 vislumbra retos y adversidades importantes. La crisis económica actual presenta desafíos para las distintas economías e industrias. Si bien estimamos que el impacto será menor en la industria de bebidas, en FEMSA estamos preparados para enfrentar los retos y capitalizar las oportunidades que se presenten. Contamos con una sólida posición competitiva y de mercado, conocemos cada vez mejor las necesidades de nuestros clientes y tenemos el respaldo de un talentoso equipo humano.

Por último sólo me resta ratificar que la responsabilidad social en FEMSA es una cultura empresarial que practicamos con orgullo y satisfacción, convencidos de que es una oportunidad para responder a las necesidades de nuestros públicos de interés, promoviendo condiciones de bienestar para las actuales y futuras generaciones, garantizando así la sustentabilidad del negocio y su entorno. Los invito a conocer cómo damos cumplimiento a este compromiso.

# Perfil de nuestra empresa

GRI 2.1, 2.2, 2.4 y 2.7




## Origen

FEMSA surgió en 1890, en Monterrey, N. L. México, cuando Isaac Garza, José Calderón, José A. Muguerza, Joseph M. Schnaider, entre otros empresarios establecieron la Cervecería Cuauhtémoc, cimentando los valores que han sido la base del desarrollo de la compañía hasta nuestros días.

Hoy, FEMSA es la empresa integrada de bebidas líder en América Latina, con operaciones en nueve países, atendiendo a más de 215 millones de consumidores, incluyendo centros urbanos como Bogotá, Buenos Aires, Caracas, Ciudad de México y São Paulo.

La empresa tiene su sede en Monterrey, México y está integrada por tres Unidades de Negocio y un área de apoyo:

GRI 2.6, 2.8, EC1, LA1 y LA2

PAÍS	MÉXICO			MERCOSUR	
				ARGENTINA	BRASIL
					
Compañía	FEMSA Cerveza	FEMSA Comercio	Coca-Cola FEMSA	Coca-Cola FEMSA	
Propiedad de FEMSA (%)	100	100		53.7 <sup>(1)</sup>	
Volumen de ventas	30,872 <sup>(2) (10)</sup>	-	1,149 <sup>(3)</sup>	186 <sup>(3)</sup>	371 <sup>(3)</sup>
Ingresos <sup>(4)</sup>	42,385 <sup>(8)</sup>	47,146	33,799	21,204	
Utilidad de Operación <sup>(4)</sup>	5,394 <sup>(8)</sup>	3,077	6,715	3,321	
Plantas / Tiendas	6	6,374	10	1	4
Centros de Distribución	347	11	83	5	27
Rutas de Distribución	2,795	-	3,680	296	1,417
Marcas	21	1	42	27	19
Clientes <sup>(5)</sup>	320	3.7 <sup>(6)</sup>	612	82	197
Personal <sup>(7)</sup>	23,815	21,261		65,021	

**Nota: Información sólo de los principales negocios.**

(1) El 31.6% y el 14.7% restantes son propiedad de The Coca-Cola Company y el público, respectivamente. (2) Miles de hectolitros. (3) Millones de cajas unidad (una caja unidad equivale a 24 botellas de 8 onzas).

(4) Expresado en millones de pesos mexicanos. (5) Expresado en miles. (6) Millones de clientes por día. (7) Incluye personal externo. (8) Resultados de FEMSA Cerveza, incluye México y Brasil. (9) El 17% restante es propiedad de Heineken. (10) Incluye exportaciones.

### Coca-Cola FEMSA

El segundo embotellador de Coca-Cola más grande en el mundo y el primero en América Latina. **Produce y vende el 10% del volumen total del Sistema Coca-Cola a nivel global, el 30% en América Latina y el 40% en México.** Comercializa 137 marcas, entre ellas Coca-Cola, Coca-Cola Light, Sprite, Fanta, Fresca, Lift y Ciel.

### FEMSA Cerveza (Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma)

La única cervecería con **operaciones en tres de los mercados de mayor crecimiento en el mundo: México, Brasil y el sector de cervezas importadas en Estados Unidos.** Produce y comercializa 35 reconocidas marcas como las mexicanas Bohemia, Carta Blanca, Dos Equis, Indio, Sol, Superior y Tecate; y las brasileñas Bavaria, Gold, Kaiser y Sol Pilsen.

### FEMSA Comercio

Opera OXXO, la cadena de tiendas de conveniencia más grande y de más rápido crecimiento en América Latina. Con más de 6,374 establecimientos, **10 centros de distribución en todo México y 811 nuevas tiendas abiertas en 2008.**

### Área de Apoyo: Insumos Estratégicos

Área de apoyo para las empresas de bebidas con soluciones de **empaquete, refrigeración y servicios de logística**, lo que constituye una de nuestras principales ventajas competitivas.

GRI 2.3

### Estructura



LATINCENTRO				BRASIL
GUATEMALA NICARAGUA COSTA RICA PANAMÁ		COLOMBIA	VENEZUELA	
Coca-Cola FEMSA			FEMSA Cerveza	83 <sup>(9)</sup>
133 <sup>(3)</sup>	198 <sup>(3)</sup>	207 <sup>(3)</sup>		10,181 <sup>(2)</sup>
27,973				42,385 <sup>(8)</sup>
3,659				5,394 <sup>(8)</sup>
5	6	4		8
28	32	33		413
316	607	466		7,150
28	17	11		14
102	366	159		400
				2,210 <sup>(7)</sup>



GRI 4.14 y 4.15

## Grupos de Interés

Para FEMSA sus grupos de interés son aquellos con quienes de alguna manera tenemos relación y manifiestan algún interés en nuestras actividades.

Todos los grupos son importantes para nuestra empresa, por ello contamos con departamentos especializados que trabajan con cada uno, como el área de desarrollo social y laboral, asuntos comunitarios, relación con inversionistas, relaciones institucionales, relación con medios de comunicación, atención a clientes, entre otras, buscando permanentemente mantener una relación respetuosa, abierta, colaborativa y basada en información oportuna y veraz.

Nuestros grupos de interés son:

- **Colaboradores y sus Familias.**
- **Comunidades:** entorno inmediato a nuestros centros de trabajo/instalaciones, vecinos, gobierno local y Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) operando en la zona.
- **Socios Comerciales:** accionistas, inversionistas y proveedores.
- **Clientes y Consumidores.**
- **Sociedad:** OSC y organismos intergubernamentales, tanto nacionales e internacionales; los distintos niveles y órganos de gobierno estatal y federal, el sector académico y los medios de comunicación.



Tomando en cuenta las necesidades de cada uno de estos grupos, hemos definido nuestro esquema de responsabilidad social a través de cuatro ejes:



GRI 4.12 y 4.13

Siendo los organismos de la sociedad civil importantes actores de nuestra comunidad, en FEMSA impulsamos diversas instituciones de manera decidida, en particular en aquellas de corte empresarial, educativo, comunitario y ambiental, a través de apoyos directos para su operación, proyectos especiales y en múltiples casos con la participación activa de nuestros colaboradores en sus órganos de gobierno. En 2008 sólo en México, participamos en 200 organizaciones, muchas de ellas con impacto estratégico en las industrias en que operamos y otras que contribuyen al fortalecimiento del tejido social.





EC9

## Impacto Económico

Cada una de nuestras operaciones impacta favorablemente la economía de los países y regiones donde tenemos presencia. Cada vez que invertimos en una nueva planta productiva, en un centro de distribución o en una tienda OXXO, generamos una importante cadena de valor que representa una derrama económica a través de la demanda de maquinaria, tecnologías, insumos, materias primas y equipos de transporte, entre muchos otros, beneficiando a industrias como la construcción, servicios, transporte y agricultura, además de la generación de un número significativo de empleos directos e indirectos. En la industria de refrescos, por cada empleo directo generamos 5 empleos indirectos, mientras que en la industria mexicana de la cerveza generamos 4 empleos indirectos tomando la misma base.

A mediados de 2008 iniciamos una importante inversión en una planta de cerveza y otra de envases de vidrio, ambas ubicadas en Meoqui, Chihuahua, México; así como otras inversiones en Yucatán, México, Brasil, Argentina, Costa Rica y Panamá, que constituyen nuevos polos de desarrollo económico en esas regiones.

Es importante destacar que en los últimos 5 años FEMSA ha invertido **USD \$4.4 billones en activos fijos**, es decir, un promedio de USD \$880 millones cada año.

### Nuestro impacto económico en 2008

- **Más de 120,000 mil** empleos directos en América Latina
- **Más de 228 mil** empleos indirectos en nuestros negocios de bebidas tan sólo en México
- **USD \$1,625 millones** pagados como impuestos en México
- **USD \$ 15,068 millones** fue el Valor Económico Directo Generado\* (GRI EC1)

\* Valor Económico Directo Generado= ventas netas + ingresos de inversiones financieras + ventas de activos



En la industria de refrescos **por cada empleo directo generamos 5 empleos indirectos**, mientras que en la industria mexicana de la cerveza generamos 4 empleos indirectos tomando la misma base.

# Principios, valores y cultura FEMSA

La filosofía empresarial de FEMSA está constituida por una misión que define su razón de ser, una visión que señala las metas a alcanzar y unos valores que constituyen el marco ético en el que se desarrollan todas nuestras actividades y relaciones empresariales.

Estos valores quedaron cimentados desde nuestro origen en 1890 y desde entonces han sustentado el destino de la empresa, partiendo de un principio fundamental: **El respeto a la dignidad humana está por encima de cualquier consideración económica.**

## Misión

Satisfacer y agradar con excelencia al consumidor de bebidas

## Visión

- Duplicar el valor de nuestros negocios cada 5 años
- Generar una importante proporción de nuestros ingresos en mercados o monedas extranjeras
- Proporcionar a nuestros accionistas un atractivo rendimiento de su inversión
- Ser líderes en los mercados en donde participamos
- Contribuir al desarrollo social

## Valores

- Pasión por el servicio y enfoque al cliente/consumidor
- Innovación y creatividad
- Calidad y productividad
- Respeto, desarrollo integral y excelencia del personal
- Honestidad, integridad y austeridad





Don Eugenio Garza Sada

## Ideario Cuauhtémoc

Este documento contiene un conjunto de principios y conceptos personales plasmados y promovidos por **Don Eugenio Garza Sada**, uno de los principales forjadores de la historia de la compañía, quien mantuvo siempre su convicción de respaldar el progreso y el bien común dentro y fuera de la empresa.

Estos principios representan la esencia de los valores que hoy son parte fundamental de la Cultura FEMSA.

### Ideario Cuauhtémoc

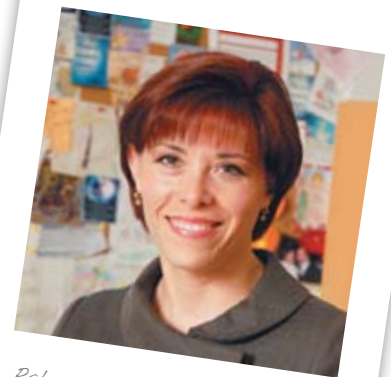
- I. Reconocer el mérito en los demás
- II. Controlar el temperamento
- III. Nunca hacer burla
- IV. Ser cortés
- V. Ser tolerante
- VI. Ser puntual
- VII. Si uno es vanidoso, hay que ocultarlo
- VIII. No alterar la verdad
- IX. Dejar que los demás se expresen
- X. Expresarse concisamente
- XI. Depurar el vocabulario
- XII. Asegurarse de disfrutar el trabajo
- XIII. Reconocer el enorme valor del trabajador manual
- XIV. Pensar en el interés del negocio más que en el propio
- XV. Análisis por encima de la inspiración o de la intuición
- XVI. La dedicación al trabajo
- XVII. Ser modesto

### GRI LA12

## Viven los Valores

*Como cada diciembre, Julia revisa el cumplimiento de sus compromisos y metas establecidos para el año que termina. Pero no sólo eso, también evalúa cómo ha vivido los valores institucionales. Para ello utiliza la metodología TOPS (The One Page System), una herramienta de administración por objetivos que se ha convertido también en un importante apoyo para impulsar y diseminar la cultura de valores.*

Aunque en FEMSA la transmisión de valores ha sido una tradición desde sus inicios, en 2003, se redoblaron los esfuerzos ante el reto de continuar esta tarea en los diversos países de América Latina donde la empresa crecería dada su rápida expansión. Al empezar a implementar TOPS en la organización, éste resultó ser un excelente mecanismo, ya que obliga al líder a mantener una comunicación constante con sus colaboradores, creando así un espacio para que éstos expongan tanto sus inquietudes laborales como personales. En 2008, el 60% de los colaboradores de FEMSA participó en este proceso. Así, en muchos casos, **TOPS se ha convertido en un detonador de comportamientos clave de las personas, como el ser líder, emprendedor, negociador, etc.** La clave del éxito de este proceso ha sido el involucramiento del líder, como lo mencionó Paloma González, Directora de Desarrollo Organizacional de FEMSA. "Cuando el líder se compromete y abandera esta filosofía, contagia e impulsa a toda su organización. Hacia el futuro, la visión de FEMSA es contar con una cultura cada vez más sólida, que sea común en todos los países donde tenga presencia y que aunque se adecue a las costumbres y características de cada región, la esencia sea la misma, con los mismos pilares y principios que la sustentan".

Paloma González Gortáez  
Directora de Desarrollo Organizacional FEMSA.

A través de diversas herramientas internas de difusión, FEMSA promueve el **Código de Ética, Políticas Corporativas y el Sistema de Denuncias**, en todas las Unidades de Negocio, en los nueve países donde operamos.



GRI SO2 y SO3 • PM I al X

### Código de Ética de Negocios

El cumplimiento del Código de Ética de Negocios es una pieza clave para construir una cultura corporativa que favorezca el desempeño del trabajo en un ambiente armonioso, de claridad, respeto e integridad que se extienda a las relaciones laborales, comerciales, financieras y sociales.

En FEMSA, todas las Unidades de Negocio operan bajo la premisa de que están regidas por leyes y ordenamientos, cuya observancia y cumplimiento son indispensables para que puedan existir y funcionar óptimamente en su entorno social.

A través de diversas herramientas internas de difusión, FEMSA promueve el **Código de Ética, Políticas Corporativas y el Sistema de Denuncias**, en todas las Unidades de Negocio en todos los territorios donde operamos. Las diversas herramientas están disponibles y son accesibles para el 100% de nuestros colaboradores. Además, tanto el Código de Ética como el Sistema de Denuncias están disponibles para todos nuestros públicos de interés.

GRI 4.4 y 4.16

### Canales de comunicación con nuestros grupos de interés

FEMSA cuenta con varios mecanismos disponibles de manera permanente para atender y recibir información de sus grupos de interés. Ejemplo de esto es el **Sistema de Denuncias**, el cual está disponible para uso interno y externo, accesible a través de Internet y vía telefónica las 24 horas del día en todos los idiomas de los países donde operamos. El sistema busca prevenir prácticas inapropiadas en nuestras operaciones, siendo administrado por una empresa independiente que garantiza la objetividad y la confidencialidad del denunciante.

Otros mecanismos importantes a nivel interno son las comisiones mixtas, en las que los empleados sindicalizados tienen representación y a través de las cuales pueden dar a conocer a sus delegados y representantes sindicales sus inquietudes tanto personales, como aquellas relacionadas a las actividades de la empresa.

El **Día de la Comunicación** es un evento realizado anualmente, en el cual el equipo directivo además de presentar los resultados del año anterior y perspectivas de la empresa para el año en curso, integra un panel abierto para que todos los colaboradores, en los nueve países donde tenemos presencia, se enlacen mediante videoconferencia, pudiendo hacer preguntas o externar su opinión sobre cualquier tema de su interés.

Una de las principales herramientas para conocer el nivel de satisfacción de los colaboradores con respecto a sus condiciones de trabajo y otras inquietudes, son las encuestas de clima laboral que se aplican por política de la empresa, al menos cada dos años.

Por su parte, la **Sociedad Cuauhtémoc y Famosa (SCYF)** y los centros de desarrollo son también un canal abierto de comunicación entre los socios-colaboradores.

Para atender asuntos relacionados con nuestros productos y servicios, por parte de clientes, consumidores, proveedores y otros públicos interesados, las Unidades de Negocio operan sistemas telefónicos y electrónicos, como el número gratuito de atención a clientes "**Hola Coca-Cola**", el sistema **CIS** para atención a clientes de Coca-Cola FEMSA, así como el servicio de **Atención al Consumidor** de FEMSA Cerveza Brasil. Otros ejemplos son los sistemas telefónicos de "**01800-cerveza**" de



FEMSA Cerveza (Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma) y "OXXO Escucha" de FEMSA Comercio. Adicionalmente, cada empresa cuenta con sus buzones de correo electrónico accesibles desde sus páginas de Internet.

La atención a los accionistas es realizada a través de los departamentos de Relación con Inversionistas, que además tienen un sitio de Internet propio enlazado a los sitios de FEMSA Cerveza y Coca-Cola FEMSA. La comunicación tanto para accionistas minoritarios como mayoritarios, se realiza a través de los mecanismos de información y comunicación establecidos por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) y por la Securities and Exchange Commission (SEC), de acuerdo con la regulación vigente en los mercados en los que operan nuestros títulos accionarios, México y los Estados Unidos.

GRI 4.12

## Transparencia

FEMSA cumple con los más altos estándares de gobierno corporativo y asume con responsabilidad la calidad y transparencia en la difusión de información. La empresa se apega fielmente a los requerimientos de las Bolsas de Valores de México y Nueva York; a la legislación Sarbanes-Oxley de los EE.UU. y al Código de Mejores Prácticas Corporativas establecido por el Consejo Empresarial Mexicano.

GRI 2.10 - PM I al X

## Reconocimientos 2008

### FEMSA

- Empresa Socialmente Responsable 2008 (Centro Mexicano para la Filantropía)
- Ética y Valores en la Industria 2008 (Confederación de Cámaras Industriales)
- Best Employers México 2007-2008 (Hewitt Associates)

### FEMSA Cerveza

(Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma)

#### México

- Empresa Socialmente Responsable 2008 (CEMEFI)
- Mejores Prácticas Empresariales, categoría Consumo Responsable 2008 (CEMEFI)
- Industria Limpia, Planta Guadalajara (Procuraduría Federal de Protección al Medio Ambiente)

#### Brasil

- Premio Social (Alcaldía de Ciudad de Ponta Grossa)
- Premio Destaque Ambiental (Asociación Comercial e Industrial de Gravataí)
- Certificación de Responsabilidad Social (Cámara de Diputados del Estado de Rio Grande do Sul)



Día de la Comunicación



Felipe de Jesús Rodríguez López  
Director de Recursos Humanos  
FEMSA Corporativo.



GRI 4.6

## Conflicto de Intereses

El Código de Ética de Negocios FEMSA contiene un capítulo sobre conflicto de intereses para todos los colaboradores, directivos y consejeros, donde se establecen las obligaciones de carácter ético hacia la compañía, los inversionistas, clientes, acreedores, proveedores, competidores y autoridades. Además incluye los criterios básicos para normar el comportamiento ético de todas las personas que laboran en nuestras empresas, en su carácter de representantes de la misma.

El documento señala que los directivos y empleados deben abstenerse de interceder para satisfacer requerimientos de superiores, subalternos, compañeros de trabajo, familiares o amigos, si con ello se perjudica a la empresa.

En el caso de los miembros del Consejo de Administración, en FEMSA, como en cualquier otra empresa pública, los miembros del consejo que tengan conflicto de interés en algún asunto o decisión del mismo, deberán de abstenerse de participar y estar presentes en la deliberación y votación de dicho asunto, sin que ello afecte el quórum requerido para la instalación del citado consejo.

Existen también mecanismos internos como el Sistema de Denuncias, anteriormente descrito, para asegurar que las operaciones comerciales, laborales, financieras y sociales se realicen con total transparencia.



GRI 4.17

## Inquietudes de los grupos de interés

Las principales inquietudes que han sido externadas por los grupos de interés, a través de los diversos mecanismos establecidos por la empresa están relacionados con varios temas principales, entre los que destacan: la salud, incluyendo abuso en el consumo de alcohol y obesidad; el cambio climático y todo lo relacionado con el agua, la energía, las emisiones y los residuos; la seguridad y la educación.

GRI PR3

## Etiquetado de productos y atención a nuestros consumidores

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

En la operación de cerveza en México, cumplimos el 100% de los requerimientos de información de la Norma Oficial correspondiente en nuestras etiquetas incluyendo información adicional a la mencionada anteriormente como: contenido de alcohol en % por volumen, lote de producción, y en las marcas bajas en calorías se indica el contenido energético en kilocalorías por porción.

En el caso de los productos que distribuyen las operaciones de Coca-Cola FEMSA, quien define el diseño y la información que llevarán las etiquetas es el dueño de las mar-

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

cas de los productos embotellados y/o distribuidos (The Coca-Cola Company, Promotora de Marcas Nacionales, S.A. de C.V. –Mundet–, entre otras), quienes junto con los embotelladores de cada país están permanentemente atentos al cumplimiento de las disposiciones legales aplicables.

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

GRI 4.1 • PM X

## Gobierno Corporativo

Una de las funciones del Consejo de Administración es asegurar que las decisiones tomadas en FEMSA se cumplan con transparencia financiera, responsabilidad y altos estándares éticos. Solamente a través de un sano gobierno corporativo se puede fortalecer constantemente a la empresa y generar los resultados que el público de interés espera de ella.

GRI 4.2, 4.3, 4.5, 4.7 y LA13

## Consejo de Administración

El Consejo de Administración de FEMSA está formado por 19 miembros, seis de ellos independientes. Bajo la legislación mexicana, los consejeros son elegidos en la Asamblea Ordinaria de Accionistas. Cada consejero tiene un suplente, el cual está autorizado para servir en el Consejo de Administración en caso de que el consejero titular no pueda asistir a las reuniones o no pueda participar en las actividades de éste. Los consejeros y sus suplentes son nombrados por el término de un año. Los Estatutos de la Compañía disponen que los tenedores de las acciones Serie D de FEMSA puedan elegir cinco consejeros.

La retribución monetaria para los miembros del consejo actualmente no está ligada al desempeño de la organización, sino que se determina con base a los estándares de empresas en sectores, tamaño e ingresos similares a FEMSA. En el caso de ejecutivos clave, es el Comité de Prácticas Societarias quien aprueba su remuneración, la cual incluye un esquema ligado al desempeño del negocio, sistema que se ha extendido a otros niveles de la organización.

FEMSA ha buscado siempre conformar un consejo equilibrado, compuesto por hombres y mujeres de reconocida honorabilidad, una amplia y diversificada experiencia pro-

GRI 2.10 • PM I a I X

## Reconocimientos 2008

### Coca-Cola FEMSA

#### México

- Empresa Socialmente Responsable (CEMEFI)

#### Argentina

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

#### Brasil

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

#### Colombia

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

### FEMSA Comercio

- Empresa Socialmente Responsable 2008 (CEMEFI)
- Empresa Incluyente (Gobierno del Estado de Colima)
- Reconocimiento por empleo de personas con discapacidad (Gobierno de Sonora)

### Área de Insumos Estratégicos

- Premio Nacional de Seguridad 2008 (Asociación Nacional de Transporte Privado)
- Premio Embalaje Estelar 2008 (Asociación Mexicana de Envase y Embalaje)

En todas nuestras empresas **estamos generando una cultura de prevención**, en donde el diseño de la estrategia de negocio incluye el manejo de riesgos en todas sus clasificaciones.



fesional que pueda aportar valor a la empresa y prestigio en la comunidad. Así, en el actual Consejo de Administración contamos con presidentes y directores generales de importantes empresas, expertos en finanzas y en temas legales, miembros de distintas nacionalidades y de ambos géneros.

José Antonio Fernández Carbajal es Director General de FEMSA desde 1995 y asume la Presidencia del Consejo de Administración a partir del 2001. Durante estos años, la empresa ha experimentado una significativa expansión.

En 2003, se compra la mayor franquicia de Coca-Cola en América Latina, para convertirse en el embotellador más grande de esta región con operaciones en 9 países. Durante 2004 se hace una recompra del 30% de FEMSA Cerveza. También se adquirió la cervecera brasileña Kaiser en 2006 y, en coordinación con The Coca-Cola Company, Jugos Del Valle en México y Brasil en 2007 y 2008.

Estas acciones fortalecen la situación operativa y financiera de FEMSA, que ha obtenido un crecimiento de sus ingresos de 8.6% anual promedio ponderado, en los últimos cinco años.

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

#### Comité de Auditoría

Se constituye de Consejeros Independientes y es responsable de revisar la exactitud e integridad de los reportes financieros trimestrales y anuales, con base en los requisitos contables, de auditoría y de control interno. También es responsable del nombramiento, contratación, contraprestación y vigilancia del auditor externo, que le reporta directamente a este comité. Revisa las transacciones entre partes relacionadas fuera del curso ordinario del negocio, así como identifica y da seguimiento a las contingencias y procedimientos legales. Este Comité ha establecido procedimientos para recibir y atender quejas relacionadas con la contabilidad, control interno

y auditoría, incluyendo los casos reportados a través del Sistema de Denuncias con respecto a contabilidad cuestionable o de temas de auditoría.

#### Comité de Prácticas Societarias

Se constituye de consejeros independientes y es responsable de prevenir o reducir riesgos en las operaciones realizadas que podrían dañar el valor de la empresa o que pudieran beneficiar a un grupo de accionistas en particular. El Comité está facultado para convocar a una asamblea de accionistas e incluir en la agenda los temas que consideren apropiados; aprobar las políticas sobre el uso de los activos de la compañía y de transacciones con partes relacionadas; aprobar la remuneración para ejecutivos clave; y apoyar al Consejo de Administración en la elaboración de reportes sobre prácticas financieras.

#### Comité de Finanzas

Sus responsabilidades incluyen la evaluación de las políticas de inversión y financiamiento propuestas por el Director General. Además, es responsable de la identificación de factores de riesgo a los que está expuesta la empresa, así como a la evaluación de las políticas de la administración.

#### GRI 4.11 y SO1

### Manejo de riesgos

Para FEMSA el enfoque preventivo en el manejo de riesgos es muy importante. Por ello hemos establecido una metodología de **Manejo de Incidentes y Resolución de Crisis** (MIRC) en todas nuestras Unidades de Negocio, a través de la cual se realiza el análisis de los riesgos operativos y del entorno, el diseño de los planes, programas y proyectos de mitigación, así como el establecimiento de procesos y procedimientos coordinados para la resolución de crisis, en el eventual caso que llegaran a ocurrir.

A través de esta metodología estamos generando una cultura preventiva, en donde el diseño de la estrategia de negocio incluye el manejo de riesgos en todas sus clasificaciones.

# Fundación FEMSA

La Fundación FEMSA, A.C., fue creada en 2008 para impulsar proyectos que aporten soluciones de fondo y de largo plazo a dos de los principales retos que hoy enfrentan América Latina y otras regiones del mundo: la sustentabilidad del medio ambiente y la calidad de vida en las comunidades.

En su etapa inicial, la Fundación se enfoca en el planteamiento de soluciones que contribuyan a la conservación y uso sustentable de los recursos hidrológicos en América Latina y al apoyo a iniciativas en el área de salud nutricional.

La Fundación opera bajo el esquema de cooperación, con otras organizaciones que compartan el mismo principio de solidaridad, responsabilidad y compromiso con una mejor calidad de vida de las comunidades, buscando la generación conjunta de conocimientos que impulsen proyectos cuyos resultados tengan un impacto positivo en tres ejes principales:

## 1. Desarrollo Sustentable de Recursos de Agua

Debido a que el agua es el elemento más importante para el desarrollo de la vida, la Fundación considera atender de manera integral los retos que tiene América Latina en el manejo sustentable de los recursos hidrológicos y el acceso a agua potable.

## 2. Calidad de Vida

Busca establecer alianzas y relaciones con instituciones líderes que contribuyan decididamente al mejoramiento de la salud y nutrición en América Latina.

## 3. Fomento de Innovación Tecnológica y Científica

Contribuir en forma responsable a la sustentabilidad del agua y calidad de vida de las comunidades, requiere del desarrollo de tecnologías innovadoras que generen conocimientos para impulsarlos sobre una base firme.

La primera acción de la Fundación FEMSA fue la creación del **Centro del Agua para América Latina y el Caribe**, el primer gran esfuerzo en Latinoamérica especializado en la conservación y uso sustentable del agua, contando para ello con la tecnología más avanzada y una amplia planta de especialistas en estos temas. El Centro del Agua es un espacio para la transferencia de conocimientos y un punto de encuentro en materia del agua para el sector público y privado, la comunidad científica, organizaciones de la sociedad civil y la sociedad en general. El proyecto es posible gracias a la inversión conjunta de USD \$11 millones, durante cinco años por parte de la Fundación FEMSA, el Tecnológico de Monterrey y el Banco Interamericano de Desarrollo.



# acción



4.12

## Eje 1



## Calidad de vida en la empresa

FEMSA mantiene un profundo respeto por el ser humano, en especial por aquellas personas que deciden desarrollarse laboralmente en la empresa. La empresa reconoce a sus colaboradores como el recurso más valioso para cumplir con su objetivo de generación simultánea de valor económico y social. Por ello, los colaboradores y sus familias son el punto de partida del esquema de responsabilidad social que nos ha distinguido históricamente.

# valor

## Reconocer Nos Hace Crecer

*Durante el 2008 Alejandro Romero vivió una noche especial. Él, junto con otros ocho compañeros de FEMSA Cerveza planta Guadalajara, México, recibieron la Antorcha del Reconocimiento, por ser los ganadores del premio Reconocer nos hace Crecer, en la categoría Innovar. Esta categoría distingue a los equipos que implementan las iniciativas de mayor impacto en el año y a los centros de trabajo con los mejores resultados.*

*La iniciativa por la que Alejandro y sus compañeros se hicieron acreedores de este galardón fue la modificación de un equipo para que pudiera producir dos bebidas distintas sin que se mezclaran sabores ni olores, y mejor aún, sin incurrir en inversiones.*

*Esthela Cadena, responsable de impulsar este programa, señala que una de sus virtudes es que convoca a todas las áreas de la empresa, a diferencia de otros reconocimientos que contemplan sólo algunos de ellos. "Es un esquema que abre las puertas a todas las áreas y niveles. La gente se siente más motivada y tomada en cuenta", mencionó.*

*Reconocer nos hace Crecer tiene su origen en el principio Reconocer el mérito de los demás, contenido en el Ideario Cuauhtémoc, impulsado por Don Eugenio Garza Sada y es un claro ejemplo de cómo los principios son llevados a la práctica.*

*Alejandro y sus compañeros muestran hoy con orgullo la antorcha en la planta de Guadalajara.*



*Ganadores del Premio  
"Reconocer Nos Hace Crecer".  
Categoría Innovación  
FEMSA Cerveza, México*

PM I, II, IV, V y VI

## Esquema de Desarrollo Social

*Durante más de 118 años, FEMSA ha desarrollado e implementado su filosofía de Desarrollo Social para promover el crecimiento integral del colaborador, en lo familiar, económico, social, laboral, educativo y formativo. Este esquema es llamado BIENSCYF.*

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

Los objetivos originales fueron el desarrollo integral de los colaboradores y sus familias y el crecimiento sostenible de la empresa, proporcionando despensas para mejorar el nivel adquisitivo del salario, así como servicios médicos, caja de ahorros, descuentos, deportes, cursos y becas, entre otras prestaciones, apoyando los intereses comunes.

SCYF hoy en día promueve una cultura de desarrollo humano, trabajo y ahorro a través de actividades deportivas, culturales y recreativas, asesorías legales y económicas, becas y apoyos para la educación a través de los **115 Centros de Desarrollo Social**, **nueve centros recreativos operando en México y una sociedad afiliada en Argentina (SKOFBA)**. A través de éstos, se sigue impulsando el desarrollo y bienestar de los colaboradores y sus familias, respetando la cultura e idiosincracia de los diversos territorios donde operamos.



Esquema BIENSCYF





GRI LA1, LA2 y LA13 - PM VI

Contamos con una plantilla laboral diversa, formada por hombres y mujeres de 15 nacionalidades distintas, en la cual el número de mujeres ha ido aumentando con los años.

De igual manera encontramos valor en la combinación de grupos de edad, donde si bien nuestra fuerza laboral es primordialmente joven, damos gran importancia a la experiencia de nuestros colaboradores.

#### Colaboradores por Tipo de Contrato

	Empleados	Sindicalizados	Externos	Total
Total Colaboradores	45.9%	50.4%	3.6%	100%

#### Colaboradores por Género y Tipo de Contrato

	Empleados	Sindicalizados	Externos
Mujeres	16.2%	14.0%	46.4%
Hombres	83.8%	86.0%	53.6%
	100.0%	100.0%	100.0%

#### Colaboradores por Grupo de Edad

Grupo de Edad	%
18-34	67.4%
35-45	23.6%
45 en adelante	9.0%
Total	100%

PM I, IV y V

### Acciones de Desarrollo Familiar

Para FEMSA, la familia es parte fundamental de su filosofía de Desarrollo Social, por ello, muchos beneficios son extensivos a cónyuges e hijos. A través de los Centros de Desarrollo Social se ofrecen programas que cubren prácticamente todas las áreas para el desarrollo integral de la persona y la familia. Así, se realizan jornadas que fortalecen los valores y la integridad familiar, el desarrollo de niños y jóvenes, y el crecimiento de los cónyuges y el apoyo a nuestras comunidades. Además, se impulsa la vinculación familia-empresa forjando una cultura de confianza, respeto, colaboración, armonía laboral y bienestar social.

## Heliodoro González

*Heliodoro González es un jubilado que, desde su retiro hace 13 años, participa con frecuencia en los programas promovidos por la planta de Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma en Tecate, México.*

Dichas actividades fomentan que nuestros jubilados se mantengan activos y motivados, a través de la convivencia con sus compañeros, la actividad física y revisiones médicas oportunas, entre otros beneficios. "Para mí, la fábrica es una escuela. Yo estoy muy contento de haber pertenecido a la Cervecería y reconozco el esfuerzo y apoyo con todas las facilidades y beneficios (que nos dan), así como la práctica y conocimientos que la empresa ofrece", comentó Heliodoro.

Bajo el lema **Tu manera de ser feliz**, Coca-Cola FEMSA Brasil celebró la sexta edición del **Día de la Familia**. El evento se realizó en 14 ciudades simultáneamente, reuniendo a más de 40 mil colaboradores y familiares. Tan sólo en Jundáí, se reunieron 15,000 personas, quienes disfrutaron de espectáculos circenses entre otras atracciones.

Coca-Cola FEMSA Argentina también celebró el **Día de la Familia**. Bajo el tema **Tu Familia es tu Equipo**, reunió alrededor de 5,500 personas en un parque temático de Buenos Aires, donde disfrutaron de espectáculos de magia y acrobacias, entre otros.





Evento Día de la Familia, Coca-Cola FEMSA Argentina.

A través de las **Visitas Familiares a las Plantas**, los cónyuges e hijos de los colaboradores tienen la oportunidad de recorrer las instalaciones, recibir pláticas formativas de cultura ambiental y disfrutar de una convivencia recreativa. Por ejemplo, Coca-Cola FEMSA Argentina realizó en 2008 un total de 229 visitas a la planta de Alcorta, a la que asistieron más de 7,900 personas, entre ellos 559 familiares de colaboradores.

En São Paulo Brasil más de 850 esposas de colaboradores de FEMSA Cerveza Brasil participaron en el programa **Mujeres con Valor FEMSA**, consistente en talleres de gastronomía, maquillaje y costura, así como obras de teatro, donde se promueven los valores de la empresa.

En 2008 se celebró el primer **Campamento de Jóvenes FEMSA** para hijos de colaboradores de REMIL, empresa recientemente incorporada a Coca-Cola FEMSA en Brasil. En el evento participaron más de 1,400 jóvenes en actividades formativas y recreativas.

Para fortalecer la relación empresa-familia, el área de Empaques organiza el programa **Conociendo el Trabajo de mi Pareja**, que tan sólo en la zona Centro y Bajío de México reunió a más de 550 personas, quienes tuvieron la oportunidad de conocer las instalaciones del centro de trabajo, los principales procesos, a las familias de los compañeros y pasar un día de convivencia familiar.


GRI LA11 - PMI, IV, V y VI

### Acciones en educación

En FEMSA entendemos a la educación como un importante motor del desarrollo de la persona y su comunidad, es por eso que desde nuestros orígenes nos hemos comprometido con su impulso de forma decidida. Ejemplo de esto fue la creación en 1906 de la **Escuela Politécnica Cuauhtémoc** para brindar a los colaboradores de la Cervecería Cuauhtémoc educación elemental, secundaria y técnica.

Hoy FEMSA apoya la formación de los hijos de los colaboradores desde primaria hasta profesional. Adicionalmente existen beneficios como la **ayuda para la compra de libros, la entrega de artículos escolares y distintos apoyos** para que estudiantes destacados académicamente puedan continuar sus estudios.

### acciones con valor



En 2008 destinamos más de \$331 millones de pesos mexicanos (USD \$29.6 millones) en Programas de educación, capacitación, desarrollo familiar y salud ocupacional para nuestros colaboradores y sus familias.

Una muestra de ello es el **Centro Escolar Cuauhtémoc (CECAC)**, que surge en 1957 con el apoyo de FEMSA y otras empresas que formaban parte del grupo. Actualmente, brinda educación pre-primaria, primaria y secundaria a hijos de colaboradores en Monterrey, México, abriendo también sus puertas a la comunidad en general. Durante el ciclo escolar 2008-2009, 150 maestros impartieron educación de alta calidad a más de 2,700 alumnos.

Sin duda, un importante legado de FEMSA hacia la comunidad ha sido el apoyo permanente al **Tecnológico de Monterrey**, mismo que data desde su fundación en 1943 y que fue liderada por Don Eugenio Garza Sada, entonces presidente de la empresa. Hoy, conocido como Tec de Monterrey, se ha convertido en una de las universidades privadas más importantes del continente americano.

Desde los inicios del programa **Niños KOF**, se ha reconocido a más de 13,000 hijos de nuestros colaboradores de Coca-Cola FEMSA México por el desempeño sobresaliente en sus estudios. Durante el ciclo escolar 2007-2008 se distinguió a más de 5,900 con promedios de 9 y 10.

FEMSA Comercio lanzó en 2008 el **Plan de Educación Media**, que ofrece a los colaboradores de las tiendas facilidades para continuar sus estudios de preparatoria en sistema abierto. FEMSA Cerveza cuenta con un programa similar que en 2008 apoyó a 200 colaboradores en la terminación de sus estudios. Por su parte, Coca-Cola FEMSA Colombia también promueve el desarrollo de su personal. Durante el 2008, apoyó a 45 colaboradores a concluir su bachillerato.



Salón de clases CECAC en Monterrey, México.

## Valores para el trabajo... y para la vida

*Mónica Villegas labora desde hace cuatro años en las oficinas staff de Coca-Cola FEMSA Centroamérica. Recién incorporada a la empresa, tuvo su primer contacto con el sistema de Desarrollo Social Coca-Cola FEMSA al participar en el Día de la Cultura, evento que facilitó su integración a la compañía.*

Con el tiempo, Mónica se informó e involucró más de cerca con este sistema a través de las campañas de comunicación interna y las distintas actividades.

"Me parece un esquema muy bueno porque busca el desarrollo integral de los colaboradores, no solamente en lo laboral, sino en el aspecto familiar, de salud, económico, etc. Además, va muy en línea con el perfil del grupo, con los principios que rigen nuestra cultura, basada en el apoyo y la generación de valor en las comunidades donde operamos."

Para Mónica, otro beneficio es que los valores que se promueven se pueden llevar a casa. "Son universales, hacer cada cosa bien a la primera, buscar la excelencia como medida de desempeño, el respeto, la honestidad y la austeridad entendida como saber utilizar los recursos para generar valor. El *drive* para conseguir lo que quieras en tu vida en general".





La capacitación continua es prioridad en FEMSA.

Un grupo de 41 colaboradores de Coca-Cola FEMSA Argentina participó en el **Programa MBA in Company (Maestría en Administración de Empresas)** impartido por la Escuela de Dirección de Empresas de la Universidad Argentina de la Empresa, con el objetivo de potenciar sus capacidades y desarrollar una visión innovadora de los negocios.

A través del **Programa de Vida y Desarrollo (PLANVIDE)**, nuestros colaboradores próximos a jubilarse y sus cónyuges reciben preparación para el mejor aprovechamiento de esta nueva etapa de su vida. Además, a través de nuestros Centros de Desarrollo Social se mantiene una relación de colaboración y apoyo con los colaboradores jubilados, facilitando su participación en actividades deportivas, culturales y recreativas, entre otras.

GRI LA10 y LA11 - PMI, IV y VI

### Acciones de Capacitación

Otra forma de contribuir al crecimiento profesional y humano de las personas es la capacitación. Los distintos programas de las Unidades de Negocio en esta área cubren a nuestros colaboradores en todos los niveles y áreas funcionales. Entre los principales temas de capacitación están el aprendizaje de idiomas, finanzas, selección eficaz, liderazgo, calidad, administración, seguridad y diversos cursos técnicos. En 2008 nuestra plantilla en sus tres tipos de contrato: empleados, sindicalizados y externos, recibieron en conjunto cerca de **2 millones de horas de capacitación, con una inversión de \$190 millones de pesos mexicanos (USD \$17 millones).**

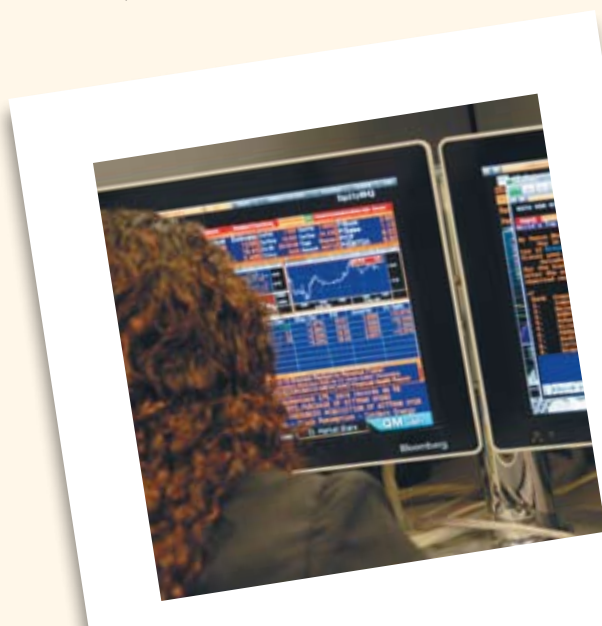
Coca-Cola FEMSA en Centroamérica ofreció más de 44,500 horas de capacitación, con formación en temas operativos de seguridad, desarrollo gerencial y humano. Por su parte Coca-Cola FEMSA Argentina otorgó en promedio 23.3 horas de capacitación por empleado, mientras Coca-Cola FEMSA Colombia invirtió en esta materia cerca de \$9.4 millones de pesos mexicanos (USD \$841 mil).

En 2008 el área de Logística otorgó en promedio 48 horas de capacitación a los colaboradores sindicalizados y 30 horas a los empleados, invirtiendo en estas actividades más de \$4 millones de pesos mexicanos (USD \$358 mil). Entre los temas en que se otorgó capacitación están: liderazgo, cursos de salud y seguridad, operación de montacargas, entre otros relacionados con las necesidades de los puestos.

GRI HR8 - PM I y II

### Acciones para la Formación en Derechos Humanos

El personal de seguridad que labora en nuestras instalaciones recibe capacitación continua mediante programas que han sido diseñados por FEMSA y que se aplican de manera homologada en todas las Unidades de Negocio, en todos los países donde tenemos presencia. **Esta capacitación se imparte al 100% de los equipos de trabajo,** tanto a empleados directos como a externos. El contenido de los cursos abarca diversas áreas y temas relevantes para las labores que desempeñan, incluyendo consideraciones de derechos humanos, tales como procedimientos para dar un trato justo y digno a todas las personas, habilidades para externar y escuchar opiniones y pensamientos distintos a los propios, así como procedimientos para el manejo de situaciones difíciles, entre otras.



PM I, IV y VI

## Universidad FEMSA

La **Universidad FEMSA** es una herramienta de capacitación y desarrollo para los colaboradores de todas las Unidades de Negocio de FEMSA. Mediante la combinación de procesos educativos virtuales y presenciales, los alumnos pueden adquirir conocimientos útiles para su trabajo, así como vivir un intercambio enriquecedor de ideas con colegas de otros países y Unidades de Negocio. En 2008 más de 20,100 colaboradores de todos los niveles de la organización cursaron algún módulo a través de este moderno centro de aprendizaje.

PM I y II

## Acciones de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional

La seguridad ocupacional es una de nuestras prioridades, por sus implicaciones en la integridad física y bienestar de los colaboradores.

Las empresas FEMSA operan sus programas de seguridad siguiendo los lineamientos del **Sistema de Administración de Seguridad y Salud Ocupacional (SASSO)**, que consta de una metodología para detectar riesgos de accidentes y de salud, su respectiva atención y corrección, así como la elaboración y difusión de campañas para reforzar la cultura de prevención y el autocuidado.

Dentro de SASSO, la sección de seguridad ocupacional consta de 12 prácticas para eliminar o disminuir los accidentes en todas las actividades, incluyendo las actividades



*Impulsamos el desarrollo profesional de nuestro personal con la Universidad FEMSA.*

industriales, administrativas y de distribución, partiendo de la premisa de que todos los accidentes son previsible. La implementación del sistema comienza a dar resultados. En Coca-Cola FEMSA México, mediante la sensibilización, diagnóstico y la formación y entrenamiento de comités, se ha reducido en 33% la siniestralidad en las operaciones.

Por su parte, FEMSA Cerveza México está implementando estas acciones en el área de Distribución, logrando incrementar la seguridad y sus beneficios en todas las regiones del país.

acciones con valor



Coca-Cola FEMSA en Centroamérica ofreció **más de 44,500 horas-hombre de capacitación**, incluyendo temas operativos de seguridad, desarrollo gerencial y humano.



## El área de Logística fue reconocida por tercer año consecutivo, con el primer lugar del Premio Nacional de Seguridad.

El área de Logística fue reconocida por tercer año consecutivo, con el primer lugar del **Premio Nacional de Seguridad**. Este distintivo reconoce a la empresa por garantizar que su flotilla de vehículos cumple con la regulación, los estándares de seguridad y prevención de riesgos. Además, se le reconoce como una organización que invierte en seguridad, tecnología, capacitación para los operadores y cuidado del medio ambiente.

El programa de **Toma2, Por tu Vida**, de Coca-Cola FEMSA Panamá, busca sensibilizar a los colaboradores, en particular a los que laboran en las áreas de preventa y distribución, sobre la importancia de prevenir los accidentes viales.

El programa **Andando Seguro de Coca-Cola FEMSA Colombia** busca impulsar la cultura del auto-cuidado mediante diversas herramientas de comunicación y campañas a nivel nacional. Durante 2008, este proyecto impactó directamente a casi 8,000 colaboradores.

El área de Empaques invirtió cerca de \$4 millones de pesos mexicanos (USD \$358 mil) en **22 programas de Seguridad Ocupacional**. Mediante programas de capacitación, formación de comisiones mixtas, cursos de primeros auxilios y auditorías, entre otros se benefició a más de 10,500 personas.

El área de Manufactura de **Coca-Cola FEMSA Venezuela**, que incluye cuatro plantas, logró reducir en **75% el número de accidentes incapacitantes** durante el primer trimestre del 2008 con respecto al mismo periodo del año anterior. Por su parte **Coca-Cola FEMSA Brasil** redujo el **número de accidentes en 34%** en el periodo de enero a mayo, en comparación con el mismo periodo en 2007.

GRI LA13 • PM I, II, IV y VI

### Acciones de Diversidad

Para FEMSA, todas las personas sin importar su edad, género, condición económica, nacionalidad, religión o raza, incluyendo a aquellas con discapacidad, tienen la oportunidad de empleo bajo las mismas condiciones y circunstancias; derechos, obligaciones y responsabilidades en igualdad de competencias.

Nuestros procesos de contratación se sustentan en un principio de igualdad en todos los países en donde operamos. Para apoyar esta convicción, a partir de 2001 se puso en operación el **Sistema de Integración Laboral FEMSA** que promueve prioritariamente la inclusión a la vida laboral de personas con discapacidad y adultos mayores, además de fomentar la armonía laboral en la diversidad. Al cierre del 2008, este programa ha incorporado a la vida laboral a más de 1,500 personas con discapacidad y adultos mayores, en todos los niveles en las distintas Unidades de Negocio y países donde operamos.



Colaboradores de Call Center OXXO, México, D.F.



*Impulsamos una cultura de auto-cuidado con el programa Andando Seguro. Coca-Cola FEMSA Colombia.*

FEMSA cuenta con una importante plantilla de colaboradores integrada por más de 120,000 personas en nueve países de Latinoamérica. Una mezcla de 15 nacionalidades, diversas culturas, religiones, edades y niveles de experiencia enriquecen nuestra empresa, impulsando una importante participación de mujeres en nuestra organización.

PM I al VI

## Acciones de Armonía Laboral

Históricamente las empresas de FEMSA han mantenido una relación de colaboración y respeto con las organizaciones sindicales que representan los intereses de los colaboradores sindicalizados. **Esta relación se basa en la mutua confianza y en la comunicación abierta y constante**, lo que ha permitido impulsar iniciativas institucionales de beneficio común para los trabajadores y la empresa.

Para fortalecer el diálogo, la comunicación, atención y solución oportuna de planteamientos, se impulsa la integración de comisiones mixtas, formadas por representantes de las empresas, sus trabajadores y delegados sindicales. Éstas operan en los centros de trabajo, atendiendo aspectos de naturaleza laboral, seguridad industrial, salud ocupacional, capacitación y desarrollo, entre otros.

A fin de asegurar el cumplimiento de sus compromisos laborales y legales, las Unidades de Negocio de FEMSA cuentan con un sistema integral de autoevaluación, que además de medir el cumplimiento de los derechos de los trabajadores, también involucra temas de desarrollo social, salud y seguridad, entre algunas otras iniciativas.

## Siempre Sonriente y Servicial

*"Él nos transforma con su alegría. Podemos llegar con el ánimo decaído, pero su sonrisa nos contagia y nos levanta".*

Carlos Quiroga, comisionista de una tienda OXXO en Monterrey, México habla así de Hans Samuel Urbina, un joven con Síndrome Down, que desde mediados de 2008 labora en la tienda.

Hans comenzó a trabajar en OXXO gracias al Sistema de Integración Laboral FEMSA y se ha ganado el aprecio de sus compañeros por cumplir muy bien con su trabajo, así como el de los clientes que agradecen su disposición de servicio, especialmente cuando los ayuda a llevar los productos al auto. Con una gran sonrisa, Hans dijo sentirse contento con su trabajo, agregando que lo que más le gusta es limpiar los anaqueles, acomodar los productos, abastecer los insumos del café y ganar dinero.

"Cuando Hans tiene su día de descanso, los clientes lo notan y como no lo ven en la tienda siempre preguntan por él", agregó Quiroga.



Hans Samuel Urbina, tienda OXXO Monterrey, México.

# acción



GRI 4.12, LA8 y LA9

## Eje 2

# Salud y bienestar

La salud es un tema que ha tomado gran relevancia a nivel mundial, en particular en algunos sectores de menores recursos. Debido a lo anterior y siendo una de las condiciones básicas para que una persona pueda desarrollarse plenamente, la salud y el bienestar son temas en los que FEMSA ha dedicado gran atención y reforzado esfuerzos en la última década.



# valor

## Trazando mi Propio Destino

El desarrollo e implementación de Trazando mi Propio Destino ha sido impulsado por FEMSA Cerveza, con el apoyo de la Universidad de Monterrey. Especialistas de esta casa de estudios diseñaron un programa para alumnos de entre 11 a 19 años de edad, con el propósito de desarrollar habilidades que les permitan tomar decisiones saludables y responsables en todos los aspectos de su vida. El programa comprende el desarrollo de 12 habilidades en tres rubros principales: social, cognitivo y de control de emociones. Este programa fue probado en un esquema piloto 2007-2008, en 180 escuelas del estado de Nuevo León, llegando a 26,000 alumnos. En el ciclo escolar 2008-2009 llegará a 225,000 estudiantes de los tres grados de secundaria en 890 escuelas, tanto públicas como privadas, secundarias federales, estatales, comunitarias, técnicas y telesecundarias de este estado.

En el estado de Campeche, México en el ciclo escolar 2008-2009 llegará a 48,000 alumnos de quinto y sexto de primaria y primero de secundaria de escuelas públicas, privadas, comunitarias e indígenas. Las evaluaciones de impacto aplicadas antes y después del taller arrojaron resultados muy alentadores, revelando que los estudiantes lograron avances importantes en ocho de las 12 habilidades del programa.

"Cuando recibimos los resultados, fue impresionante. Nos dimos cuenta que efectivamente, hubo una modificación en la conducta de los alumnos, con un impacto significativo en los tres tipos de habilidades para la vida", comentó Irma Adriana Garza, Subsecretaria de la Secretaría de Educación Pública del estado de Nuevo León, México, quien desde el momento que conoció el programa tuvo la inquietud de extenderlo a los 225,000 alumnos de secundaria de todo el estado. FEMSA ya planea la extensión este programa a otras regiones de México y a otros países de Latinoamérica.



Evento "Trazando mi Propio Destino"  
Monterrey, México.

## *Centro de Biotecnología FEMSA del Tecnológico de Monterrey*

*Buscando dar un apoyo a la investigación a favor de la salud, FEMSA contribuyó en la construcción del Centro de Biotecnología FEMSA del Tecnológico de Monterrey, inaugurado a principios de 2008 y en donde más de 100 científicos realizan investigaciones y desarrollos en áreas de bioingeniería, bioprocesos, agrobiotecnología, bioenergía y uso sustentable del agua, entre otros.*



Centro de Biotecnología FEMSA Monterrey, México.



PMI y IV

## Acciones de Salud y Bienestar para colaboradores y sus familias

FEMSA cuenta con una extensa infraestructura para el cuidado de la salud de los colaboradores y sus familias, que van desde la atención médica en sus centros de trabajo, hasta servicios hospitalarios de primer nivel.

Empresa y sindicatos tienen establecidos programas conjuntos para velar por la seguridad y salud de los colaboradores, como ejemplo tenemos el **Sistema de Administración de Seguridad y Salud Ocupacional (SASSO)**, así como las Comisiones Mixtas de Seguridad e Higiene que operan en cada centro de trabajo. SASSO está integrado de manera homologada en todas las Unidades de Negocio y contempla 20 programas, entre los cuales se incluye la prevención de riesgos de trabajo y contingencias industriales, exámenes médicos anuales, campañas de medicina preventiva, de vacunación, nutrición y de actividad física, entre otros.

Uno de los apoyos más importantes en el área de salud es la **Clínica Cuauhtémoc y Famosa**, institución fundada en 1945 en Monterrey, México, que brinda atención en todas las áreas de la medicina.

Para mejorar la calidad en la atención médica, aplicamos tecnología de punta como el **Sistema de Telemedicina FEMSA**, que permite ofrecer servicios de salud a distancia de manera rápida y eficiente para la prevención, diagnóstico y tratamiento de enfermedades.



José Alfredo Hernández Aguirre y Marcela Velázquez Sáenz con su hijo recién nacido. Clínica Cuauhtémoc Moctezuma, Monterrey, México.

Durante 2008 Coca-Cola FEMSA Colombia implementó **Crecimiento y Desarrollo**, un programa que tiene como objetivo llevar un control del desarrollo de los hijos de los colaboradores, para identificar de manera temprana posibles padecimientos. Esta iniciativa que ya benefició a 400 personas, brinda de forma complementaria información a los padres de familia sobre temas de salud relevantes para el desarrollo de sus hijos.

Como parte del compromiso permanente con la salud de sus colaboradores, el área de Empaques y Logística desarrollaron durante 2008, diversos programas que beneficiaron a más de 9,000 personas. Ejemplo de ello fueron los **exámenes médicos anuales y las sesiones con especialistas** quienes compartieron información sobre control de stress, hábitos para la prevención de infartos, campañas de vacunación, alimentación saludable, desórdenes alimenticios, control de adicciones, entre otros.

acciones con valor



En 2008 se invirtieron más de **\$217 millones de pesos mexicanos** (USD \$19.4 millones) en programas internos y externos de salud y bienestar.



En Brasil, a través del programa Plaza Ciudadana, **más de 3,550 personas de la comunidad tuvieron acceso gratuito** a servicios de salud.

Coca-Cola FEMSA Argentina, a través de su servicio médico, ofreció en promedio más de 1,800 consultas por mes a través de consultorios ubicados en sus unidades operativas.

Así mismo, más de 200 colaboradores asisten al **Espacio Saludable**, el gimnasio exclusivo inaugurado en Planta Alcorta, destinado a impulsar hábitos de vida saludable y fomentar la actividad física del personal.

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

Las empresas FEMSA saben que el deporte es clave para llevar una vida saludable, por ello organizan distintos eventos deportivos que, además de los beneficios físicos, fomentan la integración entre los colaboradores y sus familias. Ejemplo de ello es la **Copa FEMSA** llevada a cabo en Brasil y que contó este año con la participación de 400 personas. Por su parte, Coca-Cola FEMSA Colombia organizó a lo largo del 2008, diversos torneos de fútbol, voleibol, softbol, entre otros, en los que participaron más de 5,600 personas. En México se llevaron a cabo las **Olim-**

**piadas por el 90 Aniversario de SCYF**, que junto con las academias deportivas y diversos torneos, beneficiaron tan sólo en la Ciudad de Monterrey, a más de 48,000 personas.

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

PM I, II, IV y V

### Acciones de Salud y Bienestar para la comunidad

FEMSA desarrolla programas integrales de salud, que cubren aspectos como la promoción de estilos de vida saludables y responsables, la nutrición y prevención de adicciones.

Las Unidades de Negocio colaboran con las autoridades en programas de medicina preventiva y jornadas de vacunación, además apoyan a instituciones que combaten padecimientos específicos y a las que atienden a personas que sufren alguna enfermedad. Además, desarrollan acciones para llevar servicios básicos de salud a áreas marginadas.

Es importante destacar que FEMSA ha sido pionera en México en la implementación de programas que promueven un consumo responsable de bebidas con alcohol y los beneficios de adoptar estilos de vida saludables y equilibrados, particularmente entre los jóvenes.

Uno de ellos es **VIRE: Taller de Formación de Promotores de Estilo de Vida Responsable**, que busca concientizar a los jóvenes sobre la importancia de desarrollar una cultura de responsabilidad. Este taller formativo y preventivo es llevado a escuelas y universidades en todo México. Este programa fue desarrollado en 2001 por la Universidad de Monterrey y la Fundación de Investigaciones Sociales, A.C.



De 2002 a 2008, más de 20,700 personas han sido capacitadas por el programa VIRE.



21K OXXO, Chihuahua, México.

a petición de Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, subsidiaria de FEMSA Cerveza. Desde su inicio en 2002 al cierre de 2008, se ha capacitado a más de 20,700 personas a través de más de 420 talleres en 36 ciudades de 14 estados de México.

Por el beneficio que aporta para la salud la práctica regular de actividad física, FEMSA apoya los deportes en todos los niveles, especialmente el amateur, a través del patrocinio a clínicas deportivas y torneos para su práctica recreativa, así como el apoyo a clubes y escuelas, en 36 ciudades de 14 estados de México.

Como todos los años desde 1990, FEMSA Comercio en Chihuahua, México, organizó en 2008 la carrera **21K OXXO**, evento que convocó a 1,800 deportistas entre corredores nacionales, internacionales, personas con discapacidad e indígenas de la Sierra Tarahumara de ese Estado mexicano.

Uno de los torneos deportivos con mayor éxito en México y otros países de Latinoamérica es el **Torneo de Fútbol Copa Coca-Cola**, auspiciado por The Coca-Cola Company y apoyado por los embotelladores del sistema, que convoca anualmente a cerca de 100,000 jóvenes tan sólo en México. En este torneo, además de la actividad física, se promueven valores como el trabajo en equipo, la disciplina, la importancia de la preparación y el cuidado de la salud entre otros, además de alejar a los jóvenes de las adicciones. Adicionalmente, los participantes pueden tener acceso al fútbol profesional a través de una nueva iniciativa llamada Coca-Cola All Stars.

A través del programa **Plaza Ciudadana** llevado a cabo en Brasil, más de 3,550 personas de la comunidad tuvieron acceso gratuito en 2008 a servicios de salud como exámenes de diabetes, presión arterial, conocimientos sobre alimentación saludable, además de orientación jurídica, entre otros.



Torneo de Fútbol Copa Coca-Cola Panamá



Torneo de Fútbol Copa Coca-Cola México

# acción



GRI 4.12, EC1, EC8 y SO1

## Eje 3

# Vinculación con la comunidad

Congruentes con nuestro firme compromiso de contribuir y jugar un papel activo en el desarrollo de las comunidades de las cuales formamos parte y a las que servimos con nuestros productos y servicios, apoyamos iniciativas para vincularnos con ellas y mejorar su calidad de vida.

# valor

## Banco de Tiempo en Colombia

*Álvaro Pérez es una persona que decidió voluntariamente reintegrarse a la sociedad.*

*Gracias a la Alta Consejería para la Reintegración se enteró del programa Banco de Tiempo, al que se sumó desde su fundación e incluso se ha encargado de invitar a más personas a participar. El programa Banco de Tiempo brinda a personas que operaban en grupos guerrilleros conocimientos y habilidades que les permitan llevar una vida productiva.*

*Actualmente Coca-Cola FEMSA Colombia colabora con la participación de 50 colaboradores internos de Oficina Central para realizar capacitaciones a un grupo de reintegrados a la vida civil, brindándoles herramientas para desarrollar actividades productivas.*

*El programa es impulsado por Colombiana empresa y las autoridades de este país. Para Álvaro los beneficios son evidentes. "El programa ha sido muy beneficioso y enriquecedor, gracias a éste pude formar mi empresa. Todos los que la integramos hemos aprendido muchísimo ya que antes sólo sabíamos hacer prendas y ahora ya sabemos cómo administrar el negocio. Ahora quiero invitar a otros compañeros para que se sumen a esta nueva vida".*



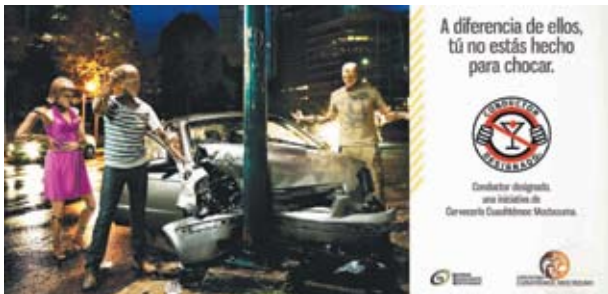
*Juan Carlos Jaramillo, Director de Operaciones KOF Colombia en 2008 y representantes de la Alta Consejería para la Reintegración, en el inicio del programa Banco de Tiempo.*

## Conductor Designado

*FEMSA Cerveza México, a través de Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, siguió reforzando su programa Conductor Designado, al promover prácticas de manejo responsable.*

En 2008 se lanzó una nueva campaña de publicidad mediante la figura de prototipos (“crash test dummies”) con el tema “A diferencia de él, tú no estás hecho para chocar”, que fomenta entre los jóvenes una diversión segura y responsable. En el año, el programa sumó más de 41,000 conductores inscritos. Desde su inicio en 2002, Conductor Designado cuenta con cerca de 133,000 conductores inscritos y aproximadamente 600,000 personas beneficiadas directamente.

Debido al desarrollo e implementación del conjunto de este tipo de programas, Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, subsidiaria de FEMSA Cerveza, recibió en 2008 el premio a las Mejores Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía, CEMEFI, dentro de la categoría Consumo Responsable.



Campaña Conductor Designado.







Para impulsar a nuestras comunidades, invertimos más de **\$400 millones de pesos mexicanos** (USD \$35.9 millones).

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

A inicios de 2008, se creó la **Dirección de Asuntos Comunitarios y Responsabilidad Social**, la cual es coordinada por la Dirección de Asuntos Corporativos, y cuya misión es promover la generación de valor social de FEMSA, así como construir y sostener una vinculación con nuestros públicos de interés que facilite la operación y crecimiento sostenible de los negocios, así como el de las comunidades en las que operamos.

Desde el área de **Asuntos Comunitarios y Responsabilidad Social**, se impulsa la aplicación de herramientas para evaluar y en su caso mitigar el posible impacto de las operaciones en sus comunidades inmediatas. Estas herramientas de análisis permiten a los responsables locales de cada Unidad de Negocio desarrollar planes específicos y construir la relación con sus comunidades, buscando entender sus inquietudes y necesidades y contribuir de alguna manera a su solución.

PM I, II, IV, V y VI

## Acciones de Educación

En FEMSA estamos convencidos del gran valor de la educación como impulsor del crecimiento de la persona y su comunidad, brindando nuevas oportunidades de crecimiento para todos.

Conscientes de la trascendencia de esta acción, la compañía ha destinado la mayor parte de sus recursos de contri-

bución a la comunidad al renglón educativo, cubriendo casi todas las áreas de enseñanza. Destacan los apoyos a escuelas en zonas marginadas, los que promueven la permanencia de niños y jóvenes en las aulas, la mejora de la calidad educativa y la educación para el trabajo, así como el soporte a universidades públicas y privadas, como el Tecnológico de Monterrey y las actividades de investigación científica.

También se impulsan programas que promueven valores y liderazgo. Todo esto con la finalidad de forjar ciudadanos capacitados, responsables y comprometidos con su comunidad.

Desde su fundación, hemos brindado constantemente apoyo a la labor educativa del **Tecnológico de Monterrey**, una de las universidades de mayor prestigio en Latinoamérica, que a través de sus 33 campus en todo México, en 2008 ofreció instrucción a más de 90,000 alumnos. Los apoyos incluyen programas de investigación, vinculación escuela-empresa y liderazgo empresarial, entre otros.



Impulsamos el desarrollo de niños a través del programa Ludotecas en Coca-Cola FEMSA Colombia.



A través del programa Valorización del Joven, se beneficiaron 1,000 personas y se **redujo en un 95% el analfabetismo en las comunidades apoyadas.**

Así mismo, en México contribuimos con un **fondo de becas en conjunto con la Universidad de Monterrey**, para apoyar a estudiantes sobresalientes a cursar su carrera profesional, quienes además tienen la oportunidad de hacer prácticas profesionales en la empresa. En 2008, 13 estudiantes recibieron este apoyo.

En Brasil uno de nuestros imperativos ha sido contribuir con la reducción de la deserción escolar y el analfabetismo a través de programas como **Educación para el Trabajo** y **Valorización del Joven**. Este último benefició, en 2008, a 1,000 personas y redujo en un 95% el analfabetismo en las comunidades apoyadas. Además de la adquisición de conocimientos académicos, el programa se enfoca en desarrollar la autoestima y habilidades de interacción social de los participantes.

El apoyo a la difusión de la lectura ha sido una acción importante en Venezuela, donde cerca de 86,000 personas se beneficiaron con el programa **Refréscate Leyendo**, que desarrolló Coca-Cola FEMSA Venezuela en conjunto con The Coca-Cola Company y el Banco del Libro. Esta iniciativa promueve la creación de espacios de lectura y la realización de talleres de formación para padres de familia, maestros y bibliotecarios. Adicionalmente, se apoyó el programa **El Nacional en el Aula** que, a través de la publicación mensual de material educativo en el periódico, busca fomentar la lectura en los niños y proveer herramientas multiplicadoras de enseñanza para padres y maestros. En 2008, este programa benefició a 200,000 personas.

El Taller **El Mesero Responsable** fue desarrollado por la Universidad de Monterrey, a petición de Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, subsidiaria de FEMSA Cerveza, para promover una mayor conciencia entre meseros y encargados de centros de consumo donde se venden bebidas alcohólicas, sobre la importancia de su responsabilidad al servir

estos productos. Además, se promueve la calidad en el servicio, algunos aspectos de protección civil y se les reconoce a los participantes por el papel que desempeñan para evitar el abuso del alcohol. Al 2008, se han capacitado más de 2,300 meseros a través de 71 talleres.

La **Gira con Responsabilidad para el Éxito**, consiste en un ciclo de conferencias llevadas a escuelas, universidades y otros foros para fomentar entre los jóvenes, los valores de talento, esfuerzo, disciplina y carácter, buscando con ello impulsar un estilo de vida responsable. Las conferencias son impartidas por personajes exitosos y de reconocimiento nacional, las cuales impactaron durante 2008 a 110,000 personas.

Adicionalmente, FEMSA Cerveza participó en el evento **Guía T** que promueve, entre jóvenes bachilleres, la importancia de tomar decisiones de carrera a través de una ade-



Evento Guía T, Ciudad de México.



*Refrésate Leyendo benefició a 86 mil personas en Venezuela.*

cuada orientación vocacional. La asistencia a este evento celebrado en la Ciudad de México fue de 16,000 personas, entre estudiantes, profesores, padres de familia e invitados.

Coca-Cola FEMSA Colombia promueve por su parte, el **programa de Ludotecas** de la Corporación Día del Niño. A través de la habilitación de estos espacios públicos gratuitos, niños, padres de familia y maestros pueden entrar en contacto con actividades que fomentan la creatividad, la imaginación y la autonomía. Así mismo, a través de la lúdica se estimulan valores y habilidades que permiten a los niños crecer como seres humanos responsables, solidarios y tolerantes. Actualmente, la empresa apadrina la **Ludoteca La Tora** en Barrancabermeja y apoya la dotación de material de la **Ludoteca San Martín** en Medellín. En 2008, se benefició a más de 7,000 personas con estas iniciativas.

El **Salón de la Fama del Béisbol Profesional en México** es un espacio auspiciado por FEMSA desde su apertura para honrar a los principales exponentes en la historia de este deporte en México. Además de contar con un museo, ofrece actividades recreativas relacionadas con el béisbol. En 2008 celebró su 35 aniversario y tuvo más de 134,000 visitantes. En este año, su página de Internet registró casi medio millón de visitas.

## *Apoyando a la comunidad*

*Durante una buena parte del año, Tecate, Baja California en México padece la falta de agua, sin embargo, la colaboración de la planta Tecate de Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma ha sido determinante para mantener en buen estado dos importantes áreas verdes de esta ciudad: el parque municipal Los Encinos y el andador Insurgentes.*

La planta aporta el agua tratada en sus instalaciones para el riego de ambos. Adicionalmente, para asegurar su reutilización, se destinan a fuentes y un lago artificial.

Como resultado de lo anterior, el municipio ha logrado importantes ahorros tanto en el consumo de agua como en costos, por ejemplo, en el parque Los Encinos los costos se han reducido un 60% y en el andador Insurgentes en 100%. Para Armando Zavala, Jefe del Departamento de Ecología del municipio de Tecate, el respeto y la preocupación por el medio ambiente de Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma es un ejemplo para otras empresas.

“El aprovechamiento del agua tratada es una importante contribución a la ecología local, permite el embellecimiento de áreas verdes y dar vitalidad al río Tecate, además de aprovechar al máximo el agua, que es muy importante y escasa en esta región”.



GRI EC6 - PM II, IV y V

## Desarrollo de proveedores e impulso a las economías locales

En FEMSA estamos convencidos de que la generación de valor económico y social es un proceso continuo y no una meta finita. Es por eso que trabajamos por integrar cada vez más nuestras acciones de responsabilidad social a los procesos clave de negocio. Siendo la cadena de suministro un eslabón fundamental, nos interesamos particularmente por impulsar su desarrollo.

Como toda empresa en marcha, los criterios económicos, técnicos, logísticos y legales, así como la reputación y confiabilidad, son los puntos de partida del proceso de selección de proveedores. Aspectos como responsabilidad laboral y la no inclusión de trabajo infantil son igualmente considerados.

En FEMSA Cerveza se busca obtener primeramente en México los productos y servicios requeridos. Se toma en cuenta a los proveedores extranjeros en aquellos casos donde los insumos necesarios sean especializados, únicos o no obtenibles en México. En el caso de abastecimientos agrícolas, por ejemplo, la empresa tiene el compromiso de consumir la totalidad de sus requerimientos de cebada del campo mexicano, importando estos granos únicamente cuando la producción nacional es insuficiente para abastecer a la industria.

Como parte de un esfuerzo por equilibrar la balanza comercial entre Colombia y México, así como diluir la dependencia colombiana de unos pocos países como clientes, Coca-Cola FEMSA Colombia apoyó un progra-



Programa IDEARSE, Monterrey, N.L., México.

ma de dos años de duración para el desarrollo de cuatro proveedores estratégicos. El objetivo del programa es generar nuevos empleos en el país con resultados cuantificables en 2009.

En México, a través del programa **IDEARSE**, FEMSA impulsó a un grupo de pequeñas y medianas empresas proveedoras a adoptar su cultura de trabajo, basada en valores y visión de responsabilidad social. En la aplicación de este proyecto conjunto del Banco Interamericano de Desarrollo y la Universidad Anáhuac, con una duración de 18 meses, las empresas participantes y un grupo de consultores especializados buscaron sentar las bases en áreas tan diversas como finanzas, planeación estratégica, recursos humanos y gobierno corporativo, entre otras, para impulsar su rentabilidad basada en un desempeño socialmente responsable. Esta iniciativa impactó a una plantilla laboral total de más de 1,000 personas.

## acciones con valor

De 2002 a 2008 PRO de OXXO ha recaudado, de la generosidad de sus clientes, **\$260 millones de pesos** (USD \$23.2 millones) beneficiando a **729 instituciones en 59 ciudades de México.**



## El caso de Justina

*Justina, una joven de 16 años del estado de Hidalgo, México, padecía varios problemas de salud. Estos padecimientos la llevaron a acudir a un hospital donde los estudios revelaron una difícil realidad: sufría de leucemia.*

Los escasos recursos de la familia hacían casi imposible tener acceso a los tratamientos y mucho más lejana se veía la posibilidad de una operación. Esta situación llegó a los oídos de una señora para quien trabaja una hermana de Justina en Monterrey, México. Ella les recomendó que acudieran a AMANEC (Asociación Mexicana de Asistencia a Niños con Enfermedades Catastróficas A.C.), una institución que ayuda a personas que padecen de leucemia y que ha sido apoyada con recursos del Programa de Responsabilidad Social OXXO (PRO).

Así, toda la familia de Justina llegó a Monterrey, donde luego de varios estudios se encontró que uno de sus hermanos era compatible para un trasplante de médula.



*Justina De la Cruz Sánchez*

Justina fue operada con éxito y regresó a su ciudad natal, donde ya inició sus estudios de preparatoria para luego estudiar pediatría.

Este esfuerzo, que forma parte del Programa de Responsabilidad Social de OXXO, invita a sus clientes a cerrar su cuenta al peso siguiente. El dinero recaudado es destinado a apoyar a instituciones locales de asistencia social, salud y educación. Del 2002 al 2008, PRO ha apoyado con más de \$260 millones de pesos mexicanos (USD \$23.2 millones) a 729 instituciones de 59 ciudades de México. Tan sólo en 2008, fueron recaudados más de \$60 millones de pesos (USD \$5.3 millones), pudiendo así apoyar a 179 instituciones, de las cuales 46 están enfocadas a la educación y 59 a temas relacionados con la salud.

PM I y II

## Acciones de Asistencia Social

A lo largo de nuestra historia, en FEMSA hemos manifestado nuestro interés y preocupación por apoyar aquellas causas que contribuyan a mejorar la calidad de vida de nuestras comunidades, en particular donde se encuentran condiciones de mayor marginación.

Es por eso que brindamos diferentes apoyos a través de programas propios o de instituciones de beneficencia que atienden alguna necesidad específica de la comunidad, como la alimentación, el abrigo y vivienda, así como la asistencia en situaciones de emergencia.

Es importante destacar el reconocimiento formal y apoyo que nuestra empresa brinda a la labor de personas e instituciones, que inspiradas en el trabajo y en los valores que predicó Don Eugenio Garza Sada, promueven el progreso

social y desarrollo económico en beneficio de la comunidad. En 2008, José Guadalupe González Múzquiz y la Fundación Esposos Rodríguez, fueron ganadores de la **XV edición del Premio Eugenio Garza Sada**, en la categoría de personas e instituciones, respectivamente, mismos que fueron elegidos entre 81 candidatos provenientes de diversos estados de México.

En 2008 inició en Monterrey, México, la construcción del **Centro Médico Zambrano Hellión**, un hospital que será operado por el Tecnológico de Monterrey, y que estará orientado a la investigación y atención de dos de los padecimientos con mayor índice de mortalidad en el mundo: el cáncer y las enfermedades cardíacas. En este caso, FEMSA aportó un terreno de casi 5 hectáreas en una importante zona de la ciudad.

## Donación de leche a comedores

*Coca-Cola FEMSA Argentina impulsa la solidaridad con la comunidad mediante la compra de leche larga vida con los fondos recaudados de la cuota de inscripción al Vacacional de los hijos de los colaboradores de la empresa.*

La compañía aportó una cantidad igual a los recursos recaudados, con los cuales se adquirieron casi 6,000 litros de leche que fueron donados a siete escuelas y comedores próximos a las operaciones, que beneficiaron a cerca de 1,800 niños. Silvina Mabel Meriño, Analista de Recursos Humanos de U.O. Parral, comentó: "El haber estado presente cuando se entregó el donativo y ver la alegría con que fue recibido fue algo que me emocionó y me ayudó a entender lo importante que es la solidaridad y cuánto lo necesita nuestra sociedad".



Coca-Cola FEMSA México donó más de 850 cobertores, al programa **Un Kilómetro de Cobijas**, jornada auspiciada por la Global Healing Association y las autoridades de la Ciudad de México. En total, se reunieron más de 9,000 cobertores que se entregaron a niños de escasos recursos durante la temporada invernal.



Bancos de Alimentos. Coca-Cola FEMSA Colombia.

El programa **Un Plato, una Sonrisa** fomenta la solidaridad y participación cívica de nuestros colaboradores y sus familias en Nicaragua. En 2008 se dio un plato de comida gratuita a más de 10,100 niños de escasos recursos durante todos los días del año escolar. El programa es auspiciado por la American Nicaraguan Foundation con el apoyo de Coca-Cola FEMSA Nicaragua y The Coca-Cola Company.

Durante 2008, cerca de 204,000 personas en nivel de indigencia se beneficiaron de la labor de los 14 **Bancos de Alimentos** que operan en las principales ciudades de Colombia. En este esfuerzo, Coca-Cola FEMSA facilitó el servicio de transporte y equipo de refrigeración, brindó asesoría legal y además, contribuyó con la donación de producto.

Luego de las fuertes lluvias que azotaron a Costa Rica y que dejaron a miles de personas sin hogar, los colaboradores de Coca-Cola FEMSA se unieron para realizar una colecta de alimentos, ropa y artículos de limpieza personal para ayudar a los damnificados.

PMI y V

## Acciones de Arte y Cultura

La promoción de la cultura es otra de las formas en la que FEMSA contribuye a la educación y desarrollo de la comunidad, auspiciando iniciativas que propician un mayor acercamiento a las distintas expresiones del arte, así como el fomento a la creación artística. Esto es posible a través de la promoción de eventos y certámenes.

Miles de niños y jóvenes en Brasil tienen la oportunidad de tener un contacto directo con el teatro gracias al **Premio FEMSA al Teatro Infantil y Juvenil**, que durante 15 ediciones ha promovido el desarrollo de expresiones artísticas como una forma de educación y entretenimiento en São

## acciones con valor

# El programa **Un Plato, una Sonrisa** en Nicaragua, dio gratuitamente alimentos a más de 10,100 niños de escasos recursos durante cada día del año escolar.



Paulo. El programa, único en su tipo en Latinoamérica, opera a la par de otro llamado **FEMSA te lleva al Teatro**, que en 2008 benefició a 10,300 niños y jóvenes que pudieron acercarse al teatro y descubrir, en esta forma de expresión artística, una herramienta de educación y formación.

También promovemos el arte y la cultura a través de la **Colección de Arte FEMSA**, acervo integrado por más de 1,100 obras de arte moderno y contemporáneo latinoamericano que se muestran al público a través de exposiciones en diversos espacios culturales de México y otros países.

Durante 2008, más de 751,000 personas disfrutaron de las exhibiciones itinerantes de la Colección de Arte FEMSA. Ejemplo de lo anterior fue la muestra de 41 obras de reconocidos artistas que integró la exposición **Latitudes: Maestros Latinoamericanos**, presentada en el Museo Nacional de Bellas Artes en Buenos Aires, Argentina. Otras exposiciones de la Colección FEMSA en este año fueron **Realidad y Sutilezas**, exhibida en la Biblioteca Central del Tecnológico de Monterrey, y **Simbolismo y Destrucción** presentada en las ciudades de León y Guanajuato, México.

Adicionalmente al programa de exposiciones organizadas por FEMSA, la Colección enriquece otras muestras a través del préstamo individual de piezas. Durante 2008, alrededor de 733,000 personas pudieron apreciar las 16 importantes obras que se prestaron de manera individual a otros museos y espacios culturales.

Otra actividad cultural es la **Bienal Monterrey FEMSA**, certamen de artes plásticas que se realiza cada dos años y que tiene como propósito reconocer, fortalecer, estimular y difundir la creación artística en México. En este certamen participan importantes artistas de todo el país y sus obras son seleccionadas por prestigiados artistas y críticos especializados. Como estímulo para los ganadores, la Bienal otorga un premio en efectivo y una residencia de trabajo por un mes, bajo el patrocinio de la Alianza Francesa, en la Escuela de Arte y Diseño de Saint-Étienne, Francia. En su octava edición, más de 2,300 obras de más de 920 artistas han participado en esta iniciativa. Durante 2008, la exposición completa, compuesta por 69 piezas, incluyendo las obras premiadas, con mención honorífica o reconocimiento por estado, fue expuesta en el Centro de las Artes de Monterrey, Museo de San Ildefonso en la Ciudad de México y la Galería Jesús Gallardo, en León, Guanajuato, en México.



La Exposición "Latitudes: Maestros Latinoamericanos" que se presentó en el Museo Nacional de Bellas Artes de Buenos Aires, Argentina, fue visitada por los presidentes de ambos países.



# acción



GRI 4.12 y EN30

## Eje 4

# Cuidado del medio ambiente

Partiendo del principio de sustentabilidad, FEMSA busca mantener sus operaciones en armonía con el entorno natural, mediante el desarrollo de iniciativas y programas que favorezcan la disminución o eliminación de su impacto al medio ambiente.



# valor

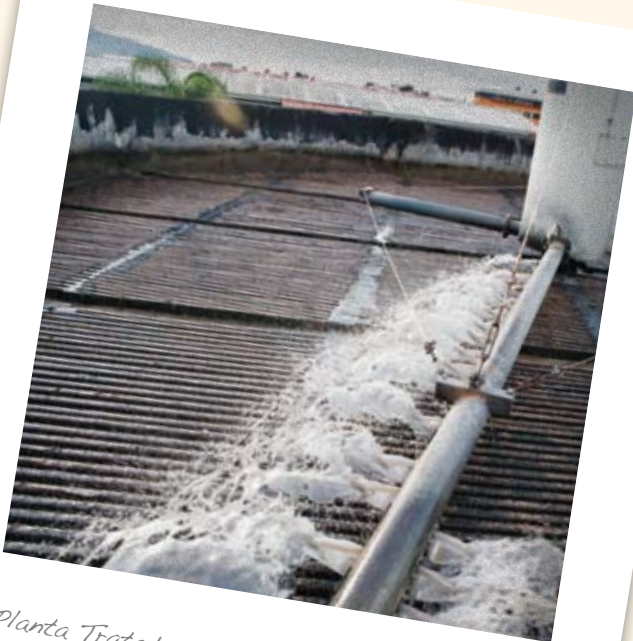
## Mejores Prácticas en Ahorro de Agua: Sistema de Administración Ambiental

Los resultados son evidentes: De 1992 a 2008, las plantas de FEMSA Cerveza en México incrementaron sustancialmente su volumen de producción y sin embargo, lograron reducir en 54% el consumo de agua por litro de cerveza producida. Gracias a logros como éste, la empresa es actualmente referencia mundial en su industria en cuanto a ahorro del vital líquido, al haber logrado producir un litro de cerveza utilizando 3.8 litros de agua, cantidad que se compara con un promedio mundial de aproximadamente 10 litros de agua por litro de cerveza producido.

Este logro es resultado del trabajo del Comité Ambiental Central y las plantas cerveceras, que trabajan coordinadamente para buscar mejores prácticas en ahorro de agua, energía, reducción de emisiones y otros temas que permitan operar amigablemente con los ecosistemas. Una vez al año, las plantas se reúnen para presentar y compartir sus logros y mejores prácticas a fin de que puedan ser replicadas por el resto.

Alfonso Cantú y Jorge Castillo, dos de los responsables de impulsar y dar seguimiento a este sistema, señalaron que la clave es su funcionalidad y la seriedad con que es tomado por las plantas. También ha sido fundamental el que todas las inversiones que realizan las plantas tengan como condición para su autorización el que conlleven un impacto ambiental favorable.

El sistema fue premiado por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) con el reconocimiento a la Mejor Práctica Ambiental por su Sistema de Administración Ambiental. Además, opera en línea con los estándares ambientales y con reconocimientos como el Premio Nacional de Calidad en México. Otro logro importante del sistema es el ahorro en el consumo de energía eléctrica, que de 1992 a 2008 se ha reducido 29%, además de importantes disminuciones en emisiones de CO<sub>2</sub> y NO<sub>x</sub>.



Planta Tratadora de Agua  
FEMSA Cerveza México.

## *El Centro del Agua para América Latina y el Caribe*

*El Centro del Agua para América Latina y el Caribe, la primera gran acción impulsada por la Fundación FEMSA en forma conjunta con el Tecnológico de Monterrey y el Banco Interamericano de Desarrollo, busca solucionar uno de los mayores problemas que padece la mayor parte de la población en esta región.*

Los esfuerzos impulsarán la innovación científica y la tecnología aplicada para aportar conocimiento a la sustentabilidad y calidad de vida de las comunidades. De esta manera, el Centro es una invaluable plataforma de desarrollo, de capacidades y conocimientos, que llevará a un mejor manejo y utilización de los recursos hídricos en América Latina y el Caribe.



Evento de Lanzamiento de Fundación FEMSA y Centro del Agua para América Latina y el Caribe, en Monterrey, México.



Como parte de nuestra estrategia de sustentabilidad, FEMSA busca mantener sus operaciones en armonía con el entorno natural, mediante el desarrollo de iniciativas y programas que disminuyan su impacto al medio ambiente. Por principio, todas nuestras plantas cumplen los estándares y legislaciones ambientales vigentes en los países o regiones donde operan, llegando inclusive a superarlos.

### Enfoque Ambiental

Existe un enfoque permanente en toda la organización hacia la búsqueda de oportunidades para reducir los impactos ambientales, la implementación de tecnologías limpias y de bajo impacto ambiental, promoviendo la eco-eficiencia y la capacitación continua de los colaboradores sobre la importancia de proteger nuestro entorno.

GRI EN26 - PM VII, VIII y IX

### Acciones para el Cuidado del Agua

Nuestras instalaciones mantienen programas permanentes para optimizar y reducir el consumo de agua en su operación. Estas medidas comprenden desde plantas de tratamiento, el uso de equipos y tecnologías eficientes en el consumo y sistemas de recuperación, hasta campañas de concientización para colaboradores y sus familias.



Proceso de lavado de envases de FEMSA Cerveza  
Monterrey, México.

Siendo el agua un recurso indispensable para la vida y un insumo clave para una empresa de bebidas, en FEMSA nos esforzamos por hacer el uso más eficiente de este líquido en todas nuestras plantas y procesos, así como en su tratamiento y vertimiento acorde a la normatividad de cada país, llegando inclusive a superar los requerimientos oficiales correspondientes. Actualmente, la empresa cuenta con **33 plantas de tratamiento de agua, 20 de ellas en México.**

En 2008 se concluyó la construcción de la **Planta de Tratamiento de Aguas Residuales en Panamá** y se inició la **construcción de otra planta en Barcelona, Venezuela.** Con esto logramos que cerca del 90% de las plantas de Coca-Cola FEMSA traten sus aguas residuales y cumplan con las regulaciones locales y las normas de The Coca-Cola Company antes de ser vertidas al alcantarillado o a algún cuerpo de agua. Se proyecta continuar este esfuerzo para que en 2010 el 100% de nuestras plantas trate sus aguas residuales.

acciones con valor →



Logramos que el **90%** de las plantas de Coca-Cola FEMSA traten sus aguas residuales antes de ser vertidas al alcantarillado o a algún cuerpo de agua.



Voluntarios participantes en limpieza de costas, playas y humedales Coca-Cola FEMSA Colombia.

Gracias a las mejoras implementadas para reducir el consumo de agua en Coca-Cola FEMSA, **durante 2008 ahorramos cerca de 890,000 metros cúbicos**, equivalentes al consumo promedio anual de más de 2,500 familias de cinco integrantes cada una.

Durante 2008, Coca-Cola FEMSA Colombia invirtió en sus plantas cerca de \$6 millones de pesos mexicanos (USD \$537 mil) para reducir su consumo de agua, logrando mejorar en 7.2% el índice de consumo de agua por litro de bebida producida.

Por otra parte, Coca-Cola FEMSA México puso en marcha un programa en que participan los colaboradores para la detección de fugas, recuperación y reutilización de agua en tareas de limpieza. Este programa logró una mejora del 3.6% en el consumo de agua comparado al consumo de 2007, además de sensibilizar al personal sobre la importancia de hacer un uso eficiente de este recurso.

En 2008 FEMSA Cerveza invirtió cerca de \$2 millones de pesos mexicanos (USD \$179 mil) en diversas áreas del proceso de elaboración de cerveza, como la de cocimiento, salas frías y envasado, alcanzando ahorros y/o recuperación de agua que van del 50% al 100%.

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

Adicionalmente Coca-Cola FEMSA Colombia llevó a cabo, por tercer año consecutivo, la jornada de limpieza de costas, playas y humedales **Todos por el Agua**. Este programa se realiza en conjunto con The Coca-Cola Company y otras empresas en 6 ciudades del país. Entre sus objetivos principales están retirar basura de estos lugares, que en 2008 alcanzó casi las 16 toneladas, y fomentar el desarrollo de hábitos que protejan al medio ambiente, mensaje que llegó a los cerca de 2,000 voluntarios.



acciones con valor →



Coca-Cola FEMSA Colombia invirtió en sus plantas cerca de **\$6 millones de pesos mexicanos (USD \$537 mil)** para reducir su consumo de agua.

GRI EN5, EN6, EN7 y EN26 • PM VII, VIII y IX

## Acciones de Ahorro de Energía

La electricidad y el combustible son dos de los principales insumos energéticos de las operaciones de FEMSA, por lo que anualmente se dedican importantes recursos para optimizar y reducir su consumo. Durante 2008 impulsamos campañas de ahorro de energía e instalamos equipos más eficientes en plantas y oficinas, como recuperadores de calor y lámparas ahorradoras, entre otras medidas.

A través de mejoras operativas, auditorías energéticas y optimizaciones tanto tecnológicas como en los sistemas de control, las plantas de Coca-Cola FEMSA lograron **ahorros equivalentes a 7 millones de Gigajoules**, suficiente energía para abastecer durante todo un año a más de 5,000 familias de cinco integrantes cada una.

Luego de dos años de investigaciones, el área de Insumos Estratégicos desarrolló el **enfriador Neviz, que actualmente es el más amigable con el medio ambiente en el mundo**. Su consumo de energía es comparable con el de un foco de 25 watts, además de utilizar un gas refrigerante inerte que es totalmente reciclable al término de su vida útil.

Durante 2008 **Vendo**, la empresa de fabricación de enfriadores de Insumos Estratégicos, optimizó en 15% su consumo de energía. Por su parte, la planta de **FAMOSA Monterrey**, empresa que fabrica envases metálicos y cierres herméticos, tuvo ahorros energéticos del 13% por mejoras en sus instalaciones.

*Enfriador Neviz, desarrollado por el área de Insumos Estratégicos.*



## Tienda Inteligente OXXO

*Este proyecto consta de un sistema para controlar en tiempo real los equipos de iluminación, refrigeración y aire acondicionado de la tienda a través de una Unidad Central de Procesos.*

El resultado es un uso más eficiente de la energía, lo que a su vez genera ahorros importantes en emisiones al medio ambiente. Al cierre del 2008 este sistema operó en 3,500 establecimientos y para el 2009 se planea implementarlo en 1,700 tiendas adicionales. Miguel Ángel Lira Garza, Gerente de Ingeniería de Equipo y Mantenimiento OXXO, señaló que a través del Sistema Tienda Inteligente se ha evolucionado en las prácticas de gestión energética y operativa, ya que se ha fortalecido la correlación entre una buena operación y el uso eficiente de la energía en tienda, en gran medida gracias a la visibilidad de los indicadores de desempeño establecidos.



A lo largo de 2008 Coca-Cola FEMSA Guatemala logró ahorros cercanos a **200,000 litros de combustible** frente a lo presupuestado para el 2008, gracias al programa de reparaciones mayores a los motores de las unidades de reparto, mientras que Coca-Cola FEMSA Panamá disminuyó igualmente su consumo esperado en más de **121,000 litros**. Por su parte, Coca-Cola FEMSA Nicaragua con un programa similar, que además incluyó capacitación a conductores y el cambio de algunas unidades, tuvo ahorros cercanos a los **150,000 litros** de su plan anual de consumo de combustible.

GRI EN2, EN18, EN26 y EN27 - PM VII, VIII y IX

### Acciones de Reciclaje y Optimización de Empaques

Por el importante impacto que representa en la conservación del medio ambiente, el reciclaje es una de las actividades a la que dedicamos especial atención y recursos, impulsando importantes programas en esta materia.

Durante 2008, por concepto de aligeramientos de empaque primario, las operaciones de Coca-Cola FEMSA **ahorran más de 5,000 toneladas de PET**, equivalentes a más de 225 millones de botellas de 600 ML de bebida. Con este logro se dejaron de emitir alrededor de 30,000 toneladas de CO<sub>2</sub> contribuyendo así a combatir el calentamiento global.



Planta IMER, Toluca, Estado de México.

Los envases utilizados en los productos de FEMSA Cerveza y Coca-Cola FEMSA son elaborados con materiales 100% reciclables, siendo los principales el vidrio, el aluminio y el PET. De las ventas totales en volumen de FEMSA Cerveza durante 2008, el 52% correspondió a envases retornables, es decir, que pueden ser utilizados nuevamente en el proceso de envasado de cerveza sin requerir un proceso de transformación. Por su parte, casi un tercio de las ventas en volumen de Coca-Cola FEMSA correspondió a envases retornables o reutilizables. En ambos casos es relevante destacar que independientemente de la presentación que se trate, los envases son elaborados con materiales 100% reciclables.

#### Porcentaje de Materiales de Origen Reciclado Utilizado en FEMSA Cerveza

Insumo/ material	% reciclado frente consumo total anual
Cartón	100%
Aluminio	62%
Vidrio	40%
Acero	17%

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





Los niños participantes en Misión Planeta recolectaron 1,187 toneladas de PET.

El área de Insumos Estratégicos se hizo acreedora al Premio **Envase y Embalaje Estelar 2008**, otorgado por la Asociación Mexicana de Envase y Embalaje, por el desarrollo de una tarima hecha con un derivado del petróleo, con una vida útil de ocho a 10 años y 100% reciclable. En una primera etapa, se prevé la fabricación de 300,000 tarimas al año, con lo cual se estima se evitará la tala de 30,000 árboles.

En 2008 el programa **Misión Planeta**, desarrollado e implementado por Coca-Cola FEMSA Costa Rica, en conjunto con Coca-Cola Industrias S.A., cumplió 10 años de promover la cultura de reciclaje de envases de plástico. Durante este año se recolectaron 1,187 toneladas métricas de plástico (equivalente a 100 mil botellas), que luego de ser molido es convertido en poliéster para la elaboración de telas, empaques y otras aplicaciones.

## acciones con valor

El área de Insumos Estratégicos se hizo acreedora al **Premio Envase y Embalaje Estelar 2008**, otorgado por la Asociación Mexicana de Envase y Embalaje, por el diseño de tarimas de plástico 100% reciclables.



El primer concurso **ECOPET Coca-Cola**, realizado en 2008 en los estados de Veracruz y Tabasco, México, fue todo un éxito. El proyecto se organizó en conjunto con las autoridades ambientales y convocó a escuelas primarias de las principales ciudades de estos estados, a recolectar el mayor número de envases de PET. Un gran número de alumnos de 245 escuelas recogieron 212 toneladas de envases.

GRI EN7, EN16, EN18 y EN26 - PM VII, VIII y IX

## Acciones para Aire Limpio

FEMSA Cerveza y Coca-Cola FEMSA México fueron reconocidas en 2008 por sus esfuerzos en la reducción de emisiones de CO<sub>2</sub> a la atmósfera y por combatir el calentamiento global. Las empresas participaron, junto con la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, el World Business Council for Sustainable Development y el World Resources Institute en la tarea de identificar, inventariar, controlar y reducir los Gases de Efecto Invernadero (GEI) en ese país.

A este respecto, Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, subsidiaria de FEMSA Cerveza, reportó las emisiones generadas durante el 2007 por el conjunto de sus 6 plantas en México.

El reporte destaca que, como resultado de la generación propia de electricidad y vapor, las emisiones de GEI totales de FEMSA Cerveza disminuyeron en un 10% de 2006 a 2007, aún cuando la producción de la empresa creció más de 5% en el mismo período.



Nuestros colaboradores comparten el valor del cuidado del medio ambiente.

#### Toneladas Métricas de CO<sub>2</sub> 2007\*

	FEMSA Cerveza	Coca-Cola FEMSA México
Emissiones de fuentes directas	138,131	47,855
Emissiones de fuentes indirectas	121,941	84,640

\*Reportadas en 2008

En el caso de Coca-Cola FEMSA, el reporte corresponde a las emisiones de GEI provenientes de las 13 embotelladoras que opera en México y que se originan por el consumo de energía eléctrica y combustibles. De 2004 a 2007 las emisiones de GEI se han mantenido prácticamente constantes, aún y cuando la producción se ha incrementado alrededor de 11%. Dentro del Sistema Coca-Cola a nivel mundial, las plantas de Coca-Cola FEMSA en México son de las más eficientes en cuanto a consumo de energía.

## acciones con valor

En 2008, 545 colaboradores de Coca-Cola FEMSA México y sus familias, junto con la comunidad, participaron en la **tercera jornada de reforestación del volcán Nevado de Toluca.**



El edificio corporativo de FEMSA también se sumó a esta tarea mediante la instalación de equipos de **Videoconferencias** en la mayoría de sus salas de reuniones, los cuales tienen impactos favorables en el consumo indirecto de energía al reducir la necesidad de desplazamientos y viajes de un importante número de personas. Durante 2008, esta iniciativa evitó la emisión de 43 toneladas de CO<sub>2</sub> a la atmósfera.

No solamente se ha considerado reducir las emisiones de nuestros procesos a la atmósfera, sino que gradualmente se van integrando estos criterios al proceso de adquisiciones. Ejemplo de ello fue la instalación de alfombra neutra en emisiones de carbono en varios edificios de FEMSA en Monterrey, México. Esto se logra mediante el cálculo de las emisiones generadas durante la vida útil del producto, desde la obtención de materia prima hasta su desecho. Haciendo uso de este dato, el proveedor de la alfombra pudo adquirir bonos que serán invertidos en proyectos de energía renovable.

PM VII y VIII

### Acciones para el Manejo de Residuos

En lo que respecta al transporte y tratamiento de residuos considerados como peligrosos, las plantas de FEMSA y sus Unidades de Negocio cumplen con la legislación y normatividad ambiental correspondiente a cada país donde operan. Es importante destacar que para el transporte y disposición de residuos peligrosos las empresas FEMSA contratan compañías certificadas para ello.



GRI EN13 - PM VII y VIII

## Acciones de Reforestación

En marzo de 2008, un grupo de 200 directivos de FEMSA plantaron 300 árboles en el **Parque Fuentes de Iparanga**, uno de los sectores menos favorecidos en São Paulo, Brasil, para crear un espacio donde ahora los habitantes de ese sector pueden disfrutar un lugar más saludable y amigable con el medio ambiente.

Al igual que en los dos años anteriores, en 2008, 545 colaboradores de Coca-Cola FEMSA México y sus familias, junto con la comunidad, participaron en la tercera jornada de reforestación del volcán **Nevado de Toluca**. Esta actividad forma parte del proyecto **Fábrica de Agua**, apoyado por la empresa desde su inicio en 2006. En ésta ocasión, participaron además el Gobierno del Estado de México y el Grupo CIMS. En la jornada se plantaron 5,000 pinos y otras especies de la región en un área de 5 km<sup>2</sup> (500 hectáreas). El programa contempla la plantación de 600,000 pinos.

FEMSA, en alianza con la CONAFOR y PRONATURA, apoyó durante 2008 la reforestación de 1 km<sup>2</sup> (100 hectáreas) del **Parque Nacional Cumbres**, de Monterrey, México. Mediante la siembra de 100,000 árboles, se busca proteger esta área donde habitan 73 especies, de las 1,368 que hay en la zona, que se consideran en peligro de extinción, amenazadas, endémicas, raras, vulnerables o de protección especial.

En Brasil, durante 2008 se invirtieron USD \$400,000 en la reforestación y protección de cuencas como parte del **Proyecto de Bosques Tropicales**, a través del cual se busca conservar la vegetación y los manantiales de la Sierra Japi en Jundáí, donde se han rescatado 3.3 millones de árboles. Mediante el programa **Floresta del Futuro Cristal** se trabajó durante el 2008 en conjunto con SOS Mata Atlántica para preservar el espacio hidrográfico del río Tietê, donde además de sembrar árboles, se rescataron 80 especies nativas de vegetación.

PM VII y VIII

## Acciones de Cultura Ecológica

Más de 177,000 alumnos desde preescolar hasta preparatoria, de las ciudades mexicanas de Chihuahua, Chihuahua; Hermosillo, Sonora; y Monterrey, Nuevo León, fueron reconocidos por el programa **Premio OXXO a la Ecología**. A través de clubes escolares organizados en las escuelas, los



Raymundo Yutani Vela  
Recursos Humanos OXXO  
Reforestación en São Paulo, Brasil.



Premio OXXO a la Ecología  
Más de 170 mil alumnos de Chihuahua,  
Hermosillo y Monterrey participaron en 2008.

jóvenes realizan y documentan acciones a favor del medio ambiente, como la siembra de árboles, limpieza de lugares públicos, arreglo de jardines y parques, reciclaje, entre otras actividades, posteriormente sus acciones son evaluadas y premiadas. En 2008, OXXO invirtió cerca de \$1.5 millones de pesos mexicanos (USD \$127 mil) para impulsar este programa que opera desde 1996.

FEMSA en Brasil ha impactado a través del programa **FEMSA Educación Ambiental**, a 50,000 personas mediante conferencias impartidas en escuelas y universidades sobre el cuidado del medio ambiente. Adicionalmente, este programa apoya campañas de difusión sobre la importancia de generar una conciencia ambiental.



En 2008 se recolectaron **1,187 toneladas métricas** de plástico (equivalente a 100 mil botellas) a través del programa Misión Planeta.



Con motivo del **Día Mundial del Medio Ambiente**, Coca-Cola FEMSA Argentina participó en la campaña de reciclado de papel promovida por la Fundación del Hospital de Pediatría Garrahan. El objetivo fue recabar fondos para el sostenimiento del hospital y durante la campaña, la empresa aportó 1,430 kilos de papel.

**Súmate, Vive nuestra Cultura** es un programa de concientización y ahorro impulsado en las oficinas corporativas de FEMSA que ha alcanzado importantes resultados. Entre las actividades que realiza están la adquisición de productos amigables con el medio ambiente, el envío por correo electrónico de los consumos y ahorros de energía y agua del edificio, y replicar las mejores prácticas entre las Unidades de Negocio. Es relevante destacar que el programa se hace extensivo a las familias de los colaboradores e integra también a nuestros proveedores. En



2008 se ahorraron más de 250 Gigajoules de energía y se acopiaron y reciclaron 19 toneladas de aluminio, cartón y periódico.

Durante 2008 las empresas de FEMSA incorporaron en todos sus correos electrónicos la frase: "Imprimir sólo si es necesario, es una acción con valor", invitando así a reducir el consumo de papel y el ahorro de energía. Cada mes, cerca de 2,000,000 de mensajes electrónicos llevaron este mensaje.



*Impulsamos una cultura de cuidado del medio ambiente.*

GRI EN26 - PM VII, VIII y IX

## Iniciativas para reducir los impactos ambientales

El uso sustentable de los recursos y el cuidado del medio ambiente han estado por muchos años en las prioridades de la empresa, construyendo día a día una cultura al respecto e incorporando estos factores en la planeación estratégica y toma de decisiones de cada unidad operativa.

Desde acciones en las oficinas administrativas hasta las operaciones, se llevan a cabo planes e iniciativas que contribuyen en este ámbito. Ejemplo de esto son los planes y programas de Coca Cola FEMSA Argentina, que contem-



Usamos tecnologías para hacer más ligeros nuestros envases.

### acciones con valor

En 2008 FEMSA invirtió más de \$255 millones de pesos mexicanos (USD \$22.8 millones) en la adquisición de equipos y tecnologías así como en la implementación de programas para cuidado del medio ambiente y de Cultura Ecológica.



*Apoyamos programas para el uso sustentable de los recursos y el cuidado del medio ambiente.*

plan entre otras cosas avanzar en el uso de envases más livianos (**Lightweighting**); aumentar el porcentaje reciclable de residuos; implementar esquemas de recuperación o reuso de aguas de lluvia y aguas de salida de la planta de tratamiento de efluentes líquidos y evaluar periódicamente el estatus respecto a la emisión de gases de efecto invernadero, así como planificar mejoras.

Por su parte SIVESA, empresa fabricante de envases de vidrio, integra a su planeación y parámetros de operación el monitoreo semestral de emisiones a la atmósfera; el monitoreo de las descargas de aguas residuales para verificar el cumplimiento con las normas establecidas y la disposición de residuos peligrosos con compañías autorizadas y responsables de su correcto tratamiento.





*Apoyamos una cultura de desarrollo integral para nuestros colaboradores. Coca-Cola FEMSA Argentina.*



*Buscamos promover un ambiente de colaboración y compañerismo en todos nuestros centros de trabajo. Coca-Cola FEMSA Brasil.*



*Llevamos nuestra cultura de cuidado del medio ambiente a todos los países donde operamos. FEMSA Cerveza, Brasil.*

## Visión Global

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

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

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



*Mujeres con Valor FEMSA.  
FEMSA Cerveza Brasil.*



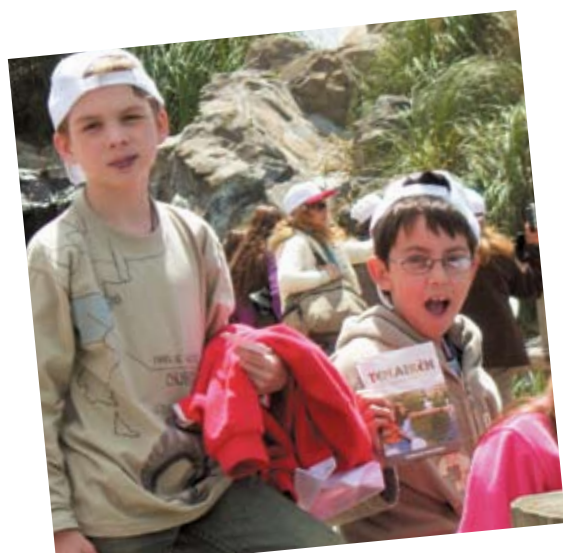
# Argentina

• Empleos <sup>1</sup> :	3,528
• Inversión <sup>2</sup> millones de pesos mexicanos:	\$ 1,276.7
• Inversión <sup>2</sup> USD \$ millones:	\$ 114.3
• Programas sociales:	12
Programas de educación	2
Programas de desarrollo familiar	6
Programas de salud y deporte	4
• Plantas de tratamiento de aguas residuales:	1
• Inversión en programas de Responsabilidad Social <sup>3</sup> :	
Millones de pesos mexicanos:	\$ 9
USD \$ miles:	\$ 806.8
• Personas beneficiadas:	26,144

<sup>1</sup> Incluye externos

<sup>2</sup> Durante 2008, región Mercosur que incluye Argentina y Brasil

<sup>3</sup> Calidad de Vida, Salud y Bienestar, Vinculación con la Comunidad y Cuidado del Medio Ambiente



PM I, II, IV, V, y VI

## Calidad de Vida en la Empresa

### Día de la Familia

Coca-Cola FEMSA Argentina celebró el **Día de la Familia** con el tema **Tu Familia es tu Equipo**, reuniendo a más de 5,500 personas en un parque de Buenos Aires, donde además de una kermés disfrutaron de espectáculos de magia y acrobacias.

### Junior KOFAR

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

### Visitas Familiares a las Plantas

A través de las **Visitas Familiares a las Plantas**, 7,900 personas, entre ellos 559 colaboradores, cónyuges e hijos, tuvieron la oportunidad de recorrer las instalaciones de la planta Alcorta, recibir pláticas formativas, de cultura ambiental y disfrutar de una convivencia recreativa.

### MBA in Company

En 2008, un grupo de 41 colaboradores de Coca-Cola FEMSA Argentina participó en el **Programa MBA in Company** (Maestría en Administración de Empresas) impartido por la Escuela de Dirección de Empresas de la Universidad Argentina de la Empresa, con el objetivo de potenciar sus capacidades y desarrollar una visión innovadora de los negocios.

### Cultura de la Prevención y Autocuidado

Coca-Cola FEMSA Argentina ha desarrollado un amplio programa de seguridad orientado a fortalecer la **cultura de la prevención y el autocuidado**. Éste incluye cursos de capacitación, manejo de emergencias y hasta programas de inducción para contratistas. Como apoyo en esta tarea, en 2008 el servicio médico de la empresa ofreció en promedio más de 1,800 consultas por mes a través de consultorios ubicados en sus unidades operativas.



PM VI

## Salud y Bienestar

### Torneo de Fútbol y Espacio Saludable

Con el objetivo de promover la actividad física y sus beneficios para la salud, en 2008 se organizó un **Torneo de Fútbol** donde participaron más de 300 colaboradores. Además se creó el **Espacio Saludable**, que consistió en

la habilitación de un gimnasio en la planta de Alcorta, y que permite a más de 200 colaboradores realizar actividades físicas, incluyendo clases grupales. Además de los beneficios en la salud, estas actividades son importantes mecanismos de integración.



GRI 4.12 • PM I y II

### Vinculación con la Comunidad

#### Donación de Leche

Con los fondos recaudados de la cuota de inscripción al programa Vacacional de los hijos de los colaboradores, Coca-Cola FEMSA Argentina impulsa la solidaridad con la comunidad mediante la compra de leche. La empresa aportó una cantidad igual a los recursos recaudados, con los cuales se adquirieron casi **6,000 litros de leche** que fueron donados a siete escuelas y comedores cercanos a las operaciones de Alcorta, favoreciendo así a cerca de 1,800 niños.



EN26 • PM VII y VIII

### Cuidado del Medio Ambiente

#### Reducción en Consumo de Agua

La planta Alcorta de Coca-Cola FEMSA Argentina logró **reducir en 8% el consumo de agua con respecto al 2007** a través de mejoras realizadas en diversas áreas de producción utilizando la metodología Kaizen.

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

Con motivo del **Día Mundial del Medio Ambiente**, la empresa participó en la campaña de reciclado de papel promovida por la Fundación del Hospital de Pediatría Garrahan. El objetivo fue recabar fondos para el sostenimiento del hospital y como apoyo a la causa se aportaron 1,430 kilos de papel.



Coca-Cola FEMSA Argentina impulsa la solidaridad con la comunidad mediante la compra de leche.



## Brasil

• <b>Empleos<sup>1</sup>:</b>	13,349
• <b>Inversión<sup>2</sup> millones de pesos mexicanos:</b>	\$ 1,276.7
• <b>Inversión<sup>2</sup> USD \$ millones:</b>	\$ 114.3
• <b>Programas sociales:</b>	23
Programas de educación	12
Programas de desarrollo familiar	8
Programas de salud y deporte	3
• <b>Plantas de tratamiento de aguas residuales:</b>	2
• <b>Inversión en programas de Responsabilidad Social<sup>3</sup>:</b>	
Millones de pesos mexicanos:	\$ 36.1
USD \$ millones:	\$ 3.2
• <b>Personas beneficiadas:</b>	138,700

<sup>1</sup> Incluye externos

<sup>2</sup> Durante 2008, región Mercosur que incluye Argentina y Brasil

<sup>3</sup> Calidad de Vida, Salud y Bienestar, Vinculación con la Comunidad y Cuidado del Medio Ambiente



PM I, II, IV, V y VI

### Calidad de Vida en la Empresa

#### Día de la Familia

Bajo el lema **Tu manera de ser feliz**, Coca-Cola FEMSA Brasil celebró en 2008 la sexta edición del **Día de la Familia**. El evento se realizó en 14 ciudades simultáneamente, reuniendo a más de 40 mil colaboradores y familiares. Tan sólo en Jundáí, se reunieron 15,000 personas, quienes disfrutaron de espectáculos circenses entre otras atracciones.

### Mujeres con Valor FEMSA

Más de 850 esposas de colaboradores de FEMSA Cerveza en São Paulo Brasil, participaron en el programa **Mujeres con Valor FEMSA**, consistente en talleres de gastronomía, maquillaje y costura, así como obras de teatro, donde se promueven los valores de la empresa.

### Campamento de Jóvenes FEMSA

En 2008 se celebró el **primer Campamento de Jóvenes FEMSA** para hijos de colaboradores de REMIL, empresa recientemente incorporada a Coca-Cola FEMSA en Brasil. En el evento participaron más de 1,400 jóvenes en actividades formativas y recreativas.

### FEMSA Jr.

El programa **FEMSA Jr.** es un programa de prácticas profesionales, orientado a proporcionar conocimientos y desarrollo profesional a hijos de nuestros colaboradores que estudian su carrera profesional.



GRI 4.12 y EC8 • PM I, II, IV, V y VI

### Vinculación con la Comunidad

#### Educación para el Trabajo y Valorización del Joven

Programas como **Educación para el Trabajo y Valorización del Joven** buscan reducir la deserción escolar y el analfabetismo. Este último en 2008 benefició a 1,000 personas y redujo en un 95% el analfabetismo en las comunidades apoyadas. Además de la adquisición de conocimientos académicos, el programa se enfoca en desarrollar la autoestima y habilidades de interacción social de los participantes.

#### Plaza Ciudadana

A través del programa **Plaza Ciudadana** en 2008, más de 3,550 personas de la comunidad tuvieron acceso gratuito a servicios de salud como exámenes de diabetes, presión arterial y conocimientos sobre alimentación saludable, además de orientación jurídica, entre otros servicios.



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

Miles de niños y jóvenes en Brasil tienen la oportunidad de estar en contacto directo con el teatro gracias al **Premio FEMSA al Teatro Infantil y Juvenil**, que durante 15 ediciones ha promovido el desarrollo de expresiones artísticas como una forma de educación y entretenimiento en São Paulo. El programa, único en su tipo en Latinoamérica, opera a la par de otro llamado **FEMSA te lleva al Teatro**, que en 2008 benefició a 10,300 niños y jóvenes que pudieron acercarse al teatro y descubrir, en esta forma de expresión artística, una herramienta de educación y formación.



GRI 4.12 y EN13 • PM VII y VIII

### Cuidado del Medio Ambiente

#### Programas de Reforestación

En Brasil, durante 2008 se invirtieron USD \$400,000 en la reforestación y protección de cuencas como parte del **Proyecto de Bosques Tropicales**, que busca conservar la vegetación y los manantiales de la Sierra Japi en Jundáí. Mediante este programa se han rescatado 3.3 millones de árboles. A través del programa **Floresta del Futuro Cristal** se trabajó, durante el 2008, en conjunto con SOS Mata Atlántica para preservar el espacio hidrográfico del río Tietê, donde además de sembrar árboles, se rescataron 80 especies nativas de vegetación.



Participantes en Premio FEMSA al Teatro Infantil y Juvenil. FEMSA Brasil.





## Centroamérica

• Empleos <sup>1</sup> :	5,295
• Inversión <sup>2</sup> millones de pesos mexicanos:	\$ 1,924.5
• Inversión <sup>2</sup> USD \$ millones:	\$ 172.3
• Programas sociales:	20
Programas de educación	9
Programas de desarrollo familiar	7
Programas de salud y deporte	4
• Plantas de tratamiento de aguas residuales:	2
• Inversión en programas de Responsabilidad Social <sup>3</sup> :	
Millones de pesos mexicanos:	\$ 20.7
USD \$ millones:	\$1.8
• Personas beneficiadas:	28,607

<sup>1</sup> Incluye externos

<sup>2</sup> Durante 2008, región Latincentro que incluye Centroamérica, Colombia y Venezuela

<sup>3</sup> Calidad de Vida, Salud y Bienestar, Vinculación con la Comunidad y Cuidado del Medio Ambiente



PM I, II, IV, V y VI

### Calidad de Vida en la Empresa

#### Capacitación

Durante 2008, Coca-Cola FEMSA en Centroamérica ofreció a sus colaboradores más de **44,500 horas-hombre de capacitación**, con formación en temas operativos de seguridad, desarrollo gerencial y humano.

#### Celebración de Fiestas y Tradiciones

Con el objetivo de fortalecer los valores de la familia y la integración empresa-familia, las operaciones de Coca-Cola FEMSA en Centroamérica festejaron durante 2008, algunas de las fiestas y tradiciones locales más importantes. Celebraciones como el **Día de la Madre, Día del Padre, Día del Niño, Día de la Independencia y la Navidad** reuniendo a más de 4,400 personas.

#### Toma2, Por tu Vida

El programa de **Toma2, Por tu Vida**, de Coca-Cola FEMSA Panamá, busca sensibilizar a los colaboradores, en particular a los que laboran en las áreas de preventa y distribución, sobre la importancia de prevenir los accidentes viales.



PM I, II, IV y VI

### Salud y Bienestar

#### Verano Saludable

En el 2008 participaron cerca de 200 jóvenes, hijos de colaboradores de Coca-Cola FEMSA Panamá, en las jornadas de **Verano Saludable**, un evento deportivo y recreativo que constó de talleres de comunicación, valores, trabajo en equipo y desarrollo de habilidades de liderazgo.

#### Copa KOF

La **Copa KOF** es un tradicional torneo de fútbol infantil realizado en Costa Rica. En su edición 2008, contó con la participación de más de 1,000 niños.



GRI 4.12 - PM I y II

### Vinculación con la Comunidad

#### Un Plato, una Sonrisa

El programa **Un Plato, una Sonrisa** fomenta la solidaridad y participación cívica de nuestros colaboradores y sus familias en Nicaragua. En 2008 se dio un plato de comida gratuita a más de 10,100 niños de escasos recursos durante todos los días del año escolar. El programa es auspiciado



Oscar De León  
Coca-Cola FEMSA Panamá.

por la American Nicaraguan Foundation, con el apoyo de Coca-Cola FEMSA Nicaragua y The Coca-Cola Company.

#### Apoyo en Desastres Naturales

Luego de las fuertes lluvias que azotaron a Costa Rica dejando a su paso a miles de personas sin hogar, los colaboradores de Coca-Cola FEMSA se unieron para realizar una **colecta de alimentos, ropa y artículos de limpieza personal** para ayudar a los damnificados.



GRI 4.12, EN5 y EN26 • PM VII, VIII y IX

#### Cuidado del Medio Ambiente

##### Misión Planeta

En 2008 el programa **Misión Planeta**, desarrollado e implementado por Coca-Cola FEMSA Costa Rica, en conjunto con Coca-Cola Industrias S.A., cumplió 10 años de promover la cultura del reciclaje de envases de plástico. Durante este año se recolectaron 1,187 toneladas métricas de plástico (equivalente a 100 mil botellas), que luego de ser molido es convertido en poliéster para la elaboración de telas, empaques y otras aplicaciones.

##### Ahorros en Combustible

A lo largo de 2008 Coca-Cola FEMSA Guatemala logró ahorros cercanos a **200,000 litros de combustible** frente a lo presupuestado para el 2008, gracias al programa de reparaciones mayores a los motores de las unidades de reparto, mientras que Coca-Cola FEMSA Panamá disminuyó igualmente su consumo esperado en más de **121,000 litros**. Por su parte, Coca-Cola FEMSA Nicaragua con un programa similar, que además incluyó capacitación a conductores y el cambio de algunas unidades, tuvo ahorros cercanos a los **150,000 litros** de su plan anual de consumo de combustible.



## Colombia

• <b>Empleos<sup>1</sup>:</b>	<b>7,797</b>
• <b>Inversión<sup>2</sup> millones de pesos mexicanos:</b>	<b>\$ 1,924.5</b>
• <b>Inversión<sup>2</sup> USD \$ millones:</b>	<b>\$ 172.3</b>
• <b>Programas sociales:</b>	<b>30</b>
Programas de educación	8
Programas de desarrollo familiar	1
Programas de salud y deporte	21
• <b>Plantas de tratamiento de aguas residuales:</b>	<b>6</b>
• <b>Inversión en programas de Responsabilidad Social<sup>3</sup>:</b>	
Millones de pesos mexicanos:	\$ 39.8
USD \$ millones:	\$ 3.5
• <b>Personas beneficiadas:</b>	<b>3,231,511</b>

<sup>1</sup> Incluye externos

<sup>2</sup> Durante 2008, región Latincentro que incluye Centroamérica, Colombia y Venezuela

<sup>3</sup> Calidad de Vida, Salud y Bienestar, Vinculación con la Comunidad y Cuidado del Medio Ambiente



PM I, II y IV

#### Calidad de Vida en la Empresa

##### Andando Seguro

El programa **Andando Seguro** de Coca-Cola FEMSA Colombia busca impulsar la cultura del auto-cuidado mediante diversas herramientas de comunicación y campañas a nivel nacional. Durante 2008, este proyecto impactó directamente a casi 8,000 colaboradores.



PM I y II

## Salud y Bienestar

### Crecimiento y Desarrollo

Durante 2008 Coca-Cola FEMSA Colombia implementó el programa **Crecimiento y Desarrollo** que benefició a 400 personas. El programa consiste en llevar un control del desarrollo de los hijos de los colaboradores, permitiendo identificar de manera temprana posibles padecimientos. De forma complementaria se imparte información a los padres de familia sobre temas de salud relevantes para el desarrollo de sus hijos.

### Torneos Deportivos

Coca-Cola FEMSA Colombia organizó a lo largo del 2008, diversos **torneos de fútbol, voleibol, softbol, entre otros**, en los que participaron más de 5,600 personas.



GRI 4.12 y EC8 • PM I, II, IV, V y VI

## Vinculación con la Comunidad

### Banco de Tiempo

El programa **Banco de Tiempo** consiste en capacitar a personas que operaban en grupos guerrilleros para que se reintegren a la sociedad, a través del desarrollo de conocimientos y habilidades que les permitan llevar una vida productiva. En esta tarea participaron 50 voluntarios de Coca-Cola FEMSA Colombia que donaron parte de su tiempo libre como capacitadores. El programa es impulsado por la empresa y las autoridades de este país.

### Ludotecas

Coca-Cola FEMSA Colombia apoya el **programa de Ludotecas** de la Corporación Día del Niño. A través de la habilitación de estos espacios públicos gratuitos; niños, padres de familia y maestros pueden entrar en contacto con actividades que fomentan la creatividad, la imaginación y la autonomía. Adicionalmente, a través de la lúdica se estimulan valores y habilidades que permiten a los niños crecer como seres humanos responsables, solidarios y tolerantes. Actualmente la empresa apadrina la **Ludoteca La Tora** en Barrancabermeja y apoya la dotación de material de la **Ludoteca San Martín** en Medellín, beneficiando de esta manera a más de 7,000 personas en 2008.

### Banco de Alimentos

Durante 2008, cerca de 204,000 personas en nivel de indigencia se beneficiaron de la labor de los 14 **Bancos de Alimentos** que operan en las principales ciudades de Colom-

bia. En este esfuerzo, Coca-Cola FEMSA facilitó el servicio de transporte y equipo de refrigeración, brindó asesoría legal y además, contribuyó con la donación de producto.



GRI 4.12, EN13 y EN26 • PM VII, VIII y IX

## Cuidado del Medio Ambiente

### Humedal Capellanía

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

### Todos por el Agua

Adicionalmente en este mismo año, Coca-Cola FEMSA Colombia llevó a cabo por tercer año consecutivo la jornada de limpieza de costas, playas y humedales **Todos por el Agua**. Este programa se realiza en conjunto con The Coca-Cola Company y otras empresas en 6 ciudades del país. Sus objetivos principales son retirar basura, que en 2008 alcanzó casi las 16 toneladas, y fomentar el desarrollo de hábitos que protejan al medio ambiente, mensaje que llegó a los cerca de 2,000 voluntarios.

### Ahorro de Agua

Durante 2008 Coca-Cola FEMSA Colombia invirtió en sus plantas cerca de \$6 millones de pesos mexicanos (USD \$537 mil) para reducir su consumo de agua, logrando **mejorar en 7.2% el índice de consumo de agua por litro de bebida producida**.





# México

• Empleos <sup>1</sup> :	82,578
• Inversión millones de pesos mexicanos:	\$ 11,092
• Inversión USD \$ millones:	\$ 993
• Programas sociales:	660
Programas de educación	144
Programas de desarrollo familiar	262
Programas de salud y deporte	254
• Plantas de tratamiento de aguas residuales:	20
• Inversión en programas de Responsabilidad Social <sup>2</sup> :	
Millones de pesos mexicanos:	\$ 888.8
USD \$ millones:	\$ 79.5
• Personas beneficiadas:	19,232,894

<sup>1</sup> Incluye externos

<sup>2</sup> Calidad de Vida, Salud y Bienestar, Vinculación con la Comunidad y Cuidado del Medio Ambiente



PM I, II, V y VI

## Calidad de Vida en la Empresa

### Niños KOF

A través del programa **Niños KOF**, se ha reconocido a más de 13,000 hijos de nuestros colaboradores de Coca-Cola FEMSA México por el desempeño sobresaliente en sus estudios. Durante el ciclo escolar 2007-2008, a través de este programa se distinguió a más de 4,000 hijos de colaboradores que obtuvieron promedios de 9 y 10.



GRI 4.12 • PM I, II, IV, V y VI

## Salud y Bienestar

### Trazando mi Propio Destino

**Trazando mi Propio Destino** fue realizado por FEMSA Cerveza con el apoyo de la Universidad de Monterrey. Especialistas de esta casa de estudios diseñaron un programa para alumnos de entre 11 a 19 años de edad con el propósito de desarrollar habilidades que les permitan tomar decisiones saludables y responsables en todos los aspectos de su vida. En el ciclo escolar 2008-2009 llegará a 225,000 estudiantes de los tres grados de secundaria, en 890 escuelas tanto públicas como privadas, secundarias federales, estatales, comunitarias, técnicas y telesecundarias. En el estado de Campeche, México, durante el ciclo escolar 2008-2009 llegará a 48,000 alumnos de quinto y sexto de primaria y primero de secundaria de escuelas públicas, privadas, comunitarias e indígenas.

### VIRE: Taller de Formación de Promotores de Estilo de Vida Responsable

FEMSA ha sido pionera en México en la implementación de programas que promueven un consumo responsable de bebidas con alcohol y los beneficios de adoptar estilos de vida saludables y equilibrados, particularmente entre los jóvenes. Uno de ellos es **VIRE: Taller de Formación de Promotores de Estilo de Vida Responsable**, que busca concientizar a los jóvenes sobre la importancia de desarrollar una cultura de responsabilidad. Este taller formativo y preventivo es llevado a escuelas y universidades en todo México. Este programa fue creado en 2002 por FEMSA Cerveza en alianza con la Universidad de Monterrey, el cual desde su inicio en 2002 al cierre de 2008, ha capacitado a más de 20,700 personas a través de más de 420 talleres.



Entrega de cheque PRO OXXO.  
Monterrey, México.

### Centro de Biotecnología FEMSA

Buscando dar un apoyo a la investigación a favor de la salud, FEMSA contribuyó en la construcción del **Centro de Biotecnología FEMSA** del Tecnológico de Monterrey, inaugurado a principios de 2008 y en donde más de 100 científicos realizan investigaciones y desarrollos en áreas de bioingeniería, bioprocesos, agrobiotecnología, bioenergía y uso sustentable del agua, entre otros.



GRI 4.12 y EC8 - PMI, II, IV, V y VI

### Vinculación con la Comunidad

#### Conductor Designado

FEMSA Cerveza México siguió reforzando su programa Conductor Designado, al promover prácticas de manejo responsable. En 2008 se lanzó una nueva campaña de publicidad con el tema "A diferencia de él, tú no estás hecho para chocar", que fomenta entre los jóvenes una diversión segura y responsable. En el año, el programa sumó más de 41,000 conductores inscritos. Desde su inicio en 2002, **Conductor Designado** cuenta con cerca de 133,000 conductores inscritos y aproximadamente 600,000 personas beneficiadas directamente. Debido a este tipo de programas, FEMSA Cerveza recibió en 2008 el premio a las Mejores Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía, CEMEFI, dentro de la categoría de Consumo Responsable.

#### Tecnológico de Monterrey

Desde su fundación, hemos brindado constantemente apoyo a la labor educativa del **Tecnológico de Monterrey**, una de las universidades de mayor prestigio en Latinoamérica, que a través de sus 33 campus en todo México, en 2008, ofreció instrucción a más de 90,000 alumnos. Los apoyos incluyen programas de investigación, vinculación escuela-empresa y liderazgo empresarial, entre otros.

#### Guía T

Adicionalmente, FEMSA Cerveza participó en el evento **Guía T** que promueve, entre jóvenes bachilleres, la importancia de tomar decisiones de carrera a través de una adecuada orientación vocacional. La asistencia a un evento celebrado en la Ciudad de México fue de 16,000 personas, entre estudiantes, profesores, padres de familia e invitados.

### Prácticas Profesionales

Para contribuir de manera práctica al desarrollo de estudiantes y la obtención de experiencia laboral, FEMSA Cerveza, el área de Empaques y Logística tienen programas de **Prácticas Profesionales** que tan sólo en 2008 beneficiaron a 280 estudiantes de distintas universidades en México.

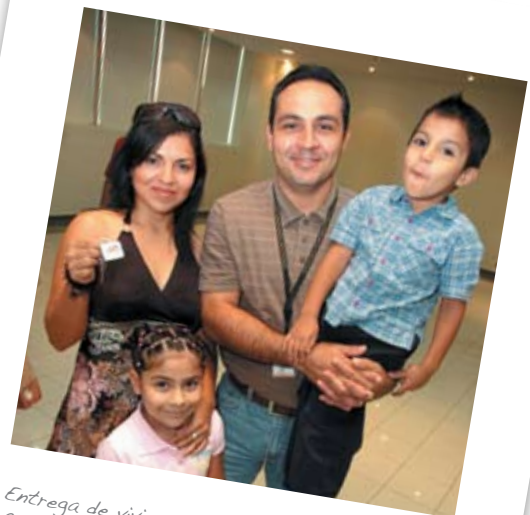
### Programa de Responsabilidad Social OXXO (PRO)

El Programa de Responsabilidad Social de OXXO (PRO), invita a los clientes de OXXO a cerrar su cuenta al peso siguiente. El dinero recaudado es destinado a apoyar a instituciones locales de asistencia social, salud y educación. Del 2002 al 2008 PRO ha apoyado con más de \$60 millones de pesos mexicanos (USD \$23.2 millones) a 729 instituciones de 59 ciudades de México. Tan sólo en 2008, fueron recaudados más de \$60 millones de pesos (USD \$5.3 millones), pudiendo así apoyar a 179 instituciones, de las cuales 46 están enfocadas a la educación y 59 a temas relacionados con la salud.

### Colección de Arte FEMSA

Una de las formas en que promovemos el arte y la cultura es a través de la **Colección de Arte FEMSA**, acervo integrado por más de 1,100 obras de arte moderno y contemporáneo latinoamericano que se muestran al público a través de exposiciones en diversos espacios culturales de México y otros países.

Al 2008, más de 751,000 personas han disfrutado de las exhibiciones itinerantes de la Colección de Arte FEMSA.



Entrega de vivienda a familias de FEMSA Cerveza México.



GRI 2.10, 4.12, EN5, EN6, EN13 y EN26 • PM VII, VIII y IX

## Cuidado del Medio Ambiente

### Ahorro en el Consumo de Agua

De 1992 a 2008, las plantas de FEMSA Cerveza en México incrementaron sustancialmente su volumen de producción y sin embargo, lograron **reducir en 54% el consumo de agua por litro de cerveza producida.**

### Tienda Inteligente OXXO

Mediante un sistema para controlar en tiempo real los equipos de iluminación, refrigeración y aire acondicionado de la tienda a través de una Unidad Central de Procesos se crea una **Tienda Inteligente OXXO**, resultando en un uso más eficiente de la energía y ahorros importantes en emisiones al medio ambiente. Al cierre del 2008 este sistema operaba en 3,500 establecimientos y para el 2009 se planea implementarlo en 1,700 tiendas adicionales.

### Neviz, Enfriador amigable con el Medio Ambiente

Luego de dos años de investigaciones, el área de Insumos Estratégicos desarrolló el **enfriador Neviz**, que actualmente es el más amigable con el medio ambiente en el mundo. Su consumo de energía es comparable con el de un foco de 25 watts, además de utilizar un gas refrigerante inerte que es totalmente reciclable al término de su vida útil.

### IMER, Planta de Reciclaje de PET

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

### Concurso ECOPET Coca-Cola

El primer concurso **ECOPET Coca-Cola**, realizado en 2008 en los estados de Veracruz y Tabasco, México, fue todo un éxito. El proyecto se organizó en conjunto con las autoridades ambientales y convocó a escuelas primarias de las principales ciudades de estos estados a recolectar el mayor número de envases de PET. Un gran número de alumnos de 245 escuelas recogieron 212 toneladas de envases.

### Premio Envase y Embalaje Estelar

El área de Insumos Estratégicos se hizo acreedora al **Premio Envase y Embalaje Estelar 2008**, otorgado por la Asociación Mexicana de Envase y Embalaje, por el desarrollo de una tarima hecha con un derivado del petróleo, con una vida útil de ocho a 10 años y 100% reciclable. En una primera etapa, se prevé la fabricación de 300,000 tarimas al año, con lo cual se estima se evitará la tala de 30,000 árboles.

### Fábrica de Agua Nevado de Toluca

Al igual que en los dos años anteriores, en 2008, 545 colaboradores de Coca-Cola FEMSA México y sus familias, junto con la comunidad, participaron en la tercera jornada de reforestación del volcán **Nevado de Toluca**. Esta actividad forma parte del proyecto Fábrica de Agua, apoyado por la empresa desde su inicio en 2006. En esta ocasión, participaron además el Gobierno del Estado de México y el Grupo CIMSA. En la jornada se plantaron 5,000 pinos y otras especies de la región en un área de 5 km<sup>2</sup>, (500 hectáreas). El programa contempla la plantación de 600,000 pinos.

### Premio OXXO a la Ecología

Más de 177,000 alumnos desde preescolar hasta preparatoria, de las ciudades mexicanas de Chihuahua, Hermosillo y Monterrey, fueron reconocidos por el programa **Premio OXXO a la Ecología**. A través de clubes escolares organizados en las escuelas, los jóvenes realizan y documentan acciones a favor del medio ambiente, como la siembra de árboles, limpieza de lugares públicos, arreglo de jardines y parques y reciclaje, entre otras. Posteriormente sus acciones son evaluadas y premiadas. En 2008, OXXO invirtió cerca de \$1.5 millones de pesos mexicanos (USD \$127 mil) para impulsar este programa que opera desde 1996.





# Venezuela

• Empleos <sup>1</sup> :	7,930
• Inversión <sup>2</sup> millones de pesos mexicanos:	\$ 1,924.5
• Inversión <sup>2</sup> USD \$ millones:	\$ 172.3
• Programas sociales:	23
Programas de educación	8
Programas de desarrollo familiar	7
Programas de salud y deporte	8
• Plantas de tratamiento de aguas residuales:	2
• Inversión en programas de Responsabilidad Social <sup>3</sup> :	
Millones de pesos mexicanos:	\$ 316.8
USD \$ millones:	\$ 28.3
• Personas beneficiadas:	616,808

<sup>1</sup> Incluye externos

<sup>2</sup> Durante 2008, región Latincentro que incluye Centroamérica, Colombia y Venezuela

<sup>3</sup> Calidad de Vida, Salud y Bienestar, Vinculación con la Comunidad y Cuidado del Medio Ambiente



PM I, II y IV

## Calidad de Vida en la Empresa

### Reducción de Accidentes

El área de Manufactura de Coca-Cola FEMSA Venezuela, que incluye cuatro plantas, **logró reducir en 75% el número de accidentes incapacitantes** durante el primer trimestre del 2008 con respecto al mismo periodo del año anterior.



GRI 4.12 • PM I, II y IV

## Salud y Bienestar

### Juegos Deportivos Coca-Cola FEMSA Valencia 2008

En la ciudad de Valencia, Venezuela se celebró la primera edición de los **Juegos Deportivos Coca-Cola FEMSA Valencia 2008**, contando con la participación de más de 340 colaboradores en varias disciplinas.

### Camaineras de Béisbol

A través del apoyo a las **Camaineras de Béisbol**, se fomenta en el país este popular deporte. El programa consiste en la organización de torneos de inscripción gratuita, clínicas deportivas impartidas por beisbolistas destacados y la entrega de reconocimientos. Esta iniciativa que promueve entre los jóvenes el deporte y los valores, benefició a 7,000 personas en 2008.



GRI 4.12 y EC8 • PM I, II, IV, V y VI

## Vinculación con la Comunidad

### Refréscate Leyendo

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

### El Nacional en el Aula

En 2008 Coca-Cola FEMSA Venezuela apoyó el programa **El Nacional en el Aula** que, a través de la publicación mensual de material educativo en el periódico, busca fomentar la lectura en los niños y proveer herramientas multiplicadoras de enseñanza para padres y maestros. En 2008, este programa benefició a 200,000 personas.

# Índice GRI

Indicador GRI (G3)	Contenido	Página
<b>1. Estrategia y análisis</b>		
1.1	Declaración del Presidente del Consejo y Director General	4
1.2	Impactos, riesgos y oportunidades	4
<b>2. Perfil de la empresa</b>		
2.1	Nombre	6
2.2	Marcas, productos y/o servicios	6
2.3	Estructura operativa	7
2.4	Sede	6
2.5	Países con operaciones	3
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	6
2.7	Mercados servidos	3 y 6
2.8	Dimensiones de la empresa	6
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto	3
2.10	Premios y distinciones	13, 15 y 66
<b>3. Parámetros del informe</b>		
3.1	Periodo cubierto	2
3.2	Fecha del último informe	2
3.3	Ciclo de presentación de informes	2
3.4	Contacto	3ª. de forros
3.5	Definición del contenido	3
3.6	Cobertura	3
3.8	Inclusión de información en caso de negocios conjuntos	3
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores	2 y 3
3.12	Índice de contenidos	68
3.13	Verificación externa	3
<b>4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés</b>		
4.1	Gobierno corporativo	15
4.2	Gobierno corporativo	15
4.3	Gobierno corporativo	15
4.4	Gobierno corporativo	12
4.5	Gobierno corporativo	15
4.6	Gobierno corporativo	14
4.7	Gobierno corporativo	15
4.8	Misión, valores, código de ética y principios relevantes	10
4.11	Principio de precaución	16
4.12	Programas e iniciativas sociales, ambientales y económicas	2, 8, 13, 17, 18, 28, 34, 44, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66 y 67

Indicador GRI (G3)	Contenido	Página
4.13	Presencia en asociaciones	8
4.14	Grupos de interés	8
4.15	Grupos de interés	8
4.16	Grupos de interés	12
4.17	Grupos de interés	14
<b>Desempeño económico</b>		
EC1	Impacto económico	6 y 9
EC6	Proveedores	40
EC8	Inversiones en infraestructura y servicios para el beneficio público	34, 60, 63, 65 y 67
EC9	Impactos económicos indirectos	9
<b>Desempeño ambiental</b>		
EN2	Materiales	50
EN5	Energía	49, 62 y 66
EN6	Energía	49 y 66
EN7	Energía	49 y 51
EN13	Protección de hábitats	53, 60, 63 y 66
EN16	Emisiones	51
EN18	Emisiones	50 y 51
EN26	Mitigación de impactos ambientales	47, 49, 50, 51, 55, 59, 62, 63 y 66
EN27	Recuperación de materiales de embalaje	50
EN30	Inversiones ambientales	44
<b>Desempeño de prácticas laborales y trabajo digno</b>		
LA1	Empleo	6 y 21
LA2	Empleo	6 y 21
LA8	Salud	28
LA9	Salud	28
LA10	Capacitación	24
LA11	Capacitación	22 y 24
LA12	Desempeño profesional y desarrollo	11
LA13	Diversidad	15, 21 y 26
<b>Desempeño de derechos humanos</b>		
HR8	Formación de personal de seguridad	24
<b>Desempeño social</b>		
SO1	Impacto en las comunidades	16 y 34
SO2	Riesgos, políticas y procedimientos anticorrupción	12
SO3	Riesgos, políticas y procedimientos anticorrupción	12
<b>Desempeño de la responsabilidad sobre productos</b>		
PR3	Información sobre los productos	14





# 10 principios del Pacto Mundial:

## Derechos Humanos

### Principio I (PM I)

Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos.

### Principio II (PM II)

No ser cómplice de abusos de los derechos.

## Condiciones Laborales

### Principio III (PM III)

Apoyar los principios de la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva.

### Principio IV (PM IV)

Eliminar el trabajo forzado y obligatorio.

### Principio V (PM V)

Abolir cualquier forma de trabajo infantil.

### Principio VI (PM VI)

Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación.

## Medio Ambiente

### Principio VII (PM VII)

Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales.

### Principio VIII (PM VIII)

Promover mayor responsabilidad medioambiental.

### Principio IX (PM IX)

Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente.

## Lucha contra la Corrupción

### Principio X (PM X)

Actuar contra todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno.

## Contactos e información

### Comunicación Corporativa FEMSA

Carolina Alvear Sevilla

Karla Torres Elizondo

Tel.: (52) 81-8328-6046

Fax: (52) 81-8328-6117

e-mail: comunicacion@femsa.com

### Asuntos Comunitarios y Responsabilidad Social

Jaime Toussaint Elosúa

Anik Varés Leal

Tel.: (52) 81-8328-6148

Fax: (52) 81-8328-6117



# FEMSA

---

General Anaya No. 601 Pte. Col. Bella Vista  
Monterrey, Nuevo León, México, C.P. 64410  
Tel: (52) 81 8328-6000  
[www.femsa.com](http://www.femsa.com)

