

# FÓRMULA GANADORA



ARCACONTINENTAL

INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SUSTENTABILIDAD 2013



## SOBRE ESTE INFORME

[G4-28, G4-29, G4-30, G4-32]

El Informe de Responsabilidad Social y Sustentabilidad representa para Arca Continental una gran herramienta de comunicación para dar a conocer nuestros logros y contribuciones al desarrollo sustentable. Este documento tiene una periodicidad anual y su última edición fue publicada en el año 2012.

En él se describen los valores y principios que guían nuestro actuar, los temas que son esenciales para el negocio y para nuestros grupos de interés, los planes y programas a través de los cuales gestionamos esos temas, así como los compromisos y resultados de los avances conseguidos en el periodo que abarca del 1 de enero al 31 de diciembre del 2013.

La información publicada corresponde a todas las líneas de negocio de Arca Continental. En algunos temas ambientales y lugar de trabajo, solo hacemos referencia a los negocios de bebidas en México, Ecuador y Argentina.

Nuestros reportes se elaboran bajo las directrices del Global Reporting Initiative (GRI) y los indicadores del suplemento del sector alimentos procesados. Este año, a sugerencia de la Dirección General y del Comité Ejecutivo de Sustentabilidad, decidimos hacerlo aplicando la nueva guía G4 cumpliendo el criterio “de conformidad” con la guía y eligiendo la opción “esencial”. Este ejercicio permitió confirmar los temas de sustentabilidad que son de mayor importancia para el negocio y para nuestros grupos de interés.

Incorporamos también los indicadores propuestos por la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) en el Índice de Sustentabilidad y las acciones que nos permiten dar cumplimiento a los principios del Pacto Mundial.

El informe está estructurado de la siguiente manera:

- A. NUESTRA EMPRESA:** Describe quiénes somos, qué hacemos y cómo lo hacemos. Se centra en los fundamentos de nuestra organización, su descripción, los mensajes del Presidente del Consejo de Administración y del Director General, así como nuestro modelo de Responsabilidad Social.
- B. ENFOQUE SUSTENTABLE:** Se plantea nuestra estrategia de sustentabilidad, ejes de actuación, identificación de grupos de interés, ejercicio de diálogo, resultados de nuestra matriz de materialidad y temas relacionados al cumplimiento ético y Gobierno Corporativo.
- C. NUESTRO DESEMPEÑO:** Expresa las principales acciones, programas y mejores prácticas realizadas al 2013, así como los retos más importantes que enfrentamos como organización.

[G4-31]

INVITAMOS A TODOS LOS LECTORES A DARNOS SU RETROALIMENTACIÓN SOBRE ESTE INFORME, CONTESTANDO LA ENCUESTA QUE PODRÁN ENCONTRAR EN NUESTRA PÁGINA WEB: [www.arcacontal.com](http://www.arcacontal.com) Y A TRAVÉS DEL CÓDIGO QR, O CONTACTANDO DIRECTAMENTE A GUILLERMO GARZA, DIRECTOR DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL O A ROSARIO AGUILAR, JEFE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL AL CORREO ELECTRÓNICO: [rs@arcacontal.com](mailto:rs@arcacontal.com).



### CONTENIDO

MATERIALIDAD	1
<b>NUESTRA EMPRESA</b>	
MISIÓN, VISIÓN Y VALORES	2
PRINCIPALES LOGROS	3
MENSAJE DEL PRESIDENTE DEL CONSEJO Y DEL DIRECTOR GENERAL	4
PERFIL DE LA EMPRESA	6
<b>ESTRATEGIA DE SUSTENTABILIDAD</b>	
PRIORIDADES ESTRATÉGICAS	10
DIÁLOGO CON GRUPOS DE INTERÉS	12
GOBIERNO CORPORATIVO	14
ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS	18
CUMPLIMIENTO ÉTICO	19
<b>NUESTRO DESEMPEÑO</b>	
<b>BIENESTAR INDIVIDUAL</b>	
PROMOCIÓN DE ESTILOS DE VIDA ACTIVOS Y SALUDABLES	22
MERCADOTECNIA RESPONSABLE	24
<b>BIENESTAR SOCIAL</b>	
LUGAR DE TRABAJO	28
EMPODERAMIENTO A LA MUJER	36
CONTRIBUCIÓN CON LA COMUNIDAD	38
CADENA DE VALOR	42
ALIANZAS CON LA SOCIEDAD	45
<b>BIENESTAR AMBIENTAL</b>	
AGUA	49
HUELLA DE CARBONO	52
RESIDUOS Y RECICLAJE	56
EMPAQUE	57
DESEMPEÑO ECONÓMICO	58
RECONOCIMIENTOS	59
ÍNDICE GRI Y DEL PACTO MUNDIAL	60
CARTA DE VERIFICACIÓN	64
GLOSARIO	65

# Materialidad

[G4-18, G4-19]

PARA EFECTOS DEL INFORME DEFINIMOS EL ANÁLISIS DE MATERIALIDAD COMO EL EJERCICIO QUE NOS PERMITE IDENTIFICAR, PRIORIZAR, ANALIZAR Y FINALMENTE VALIDAR LOS ASUNTOS MÁS IMPORTANTES PARA EL NEGOCIO, LOS GRUPOS DE INTERÉS, LA INDUSTRIA Y LOS CONTEXTOS DE SUSTENTABILIDAD DE CADA MERCADO DONDE OPERAMOS.

## PARA SU DESARROLLO CONSIDERAMOS:


- Análisis de los asuntos públicos.
- Revisión de la estrategia de negocio actual y para el año 2020.
- Relación con los estándares metodológicos en materia de sustentabilidad implementados en la empresa.
- Revisión de los diálogos que hemos establecido con grupos de interés.
- Análisis de las comunicaciones que hemos tenido con grupos de interés en canales de comunicación permanentes, como son: encuestas de clima laboral, Buzón de Transparencia, línea de atención a clientes, reuniones del Consejo de Administración y Comité de Capital Humano y Sustentabilidad, encuestas a proveedores, entre otros.
- Evaluación de los impactos de la cadena de valor.
- Benchmark sectorial frente a empresas del ramo y líderes.
- Contexto de sustentabilidad de los mercados donde operamos y deseamos incursionar.
- Revisión de estudios de percepción de audiencias.
- Entrevistas con directivos y personal clave de la empresa.
- Consideración de la opinión pública, líderes de opinión, OSC's, entre otros.

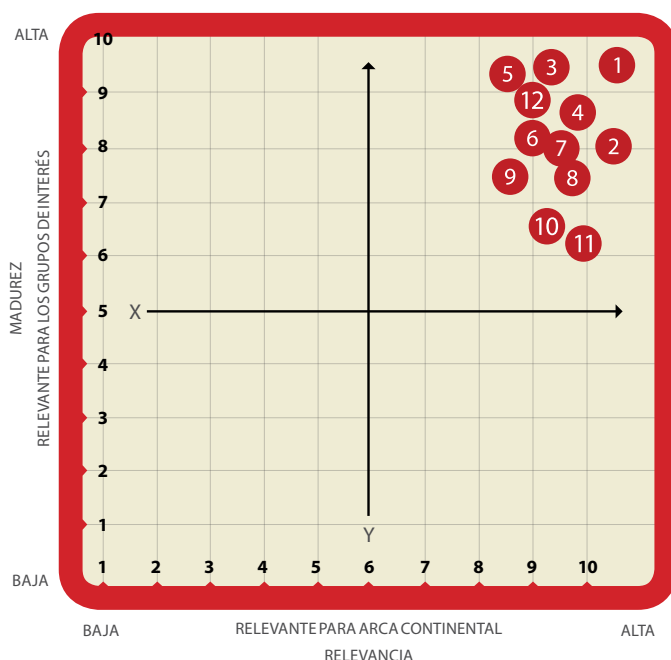
Para identificar los asuntos materiales, elaboramos una lista de temas agrupados de acuerdo a los pilares de nuestra estrategia de sustentabilidad e identificando áreas responsables. Para priorizarlos tuvimos entrevistas con grupos de interés a nivel interno y externo para identificar el nivel del conocimiento del tema, prioridad para ellos, niveles de riesgo, percepción de madurez del tema, impacto para la empresa y contribución de ese asunto para un desempeño sustentable. Y recurrimos a considerar inquietudes e intereses de las comunicaciones que se tienen con los grupos de interés en los canales permanentes de comunicación.

El siguiente paso fue hacer un análisis cualitativo y cuantitativo determinando el mínimo o máximo riesgo, el grado de madurez, así como la mínima o máxima generación de valor para los grupos de interés. El resultado de esta etapa fue una calificación por cada tema, que nos permitió trazar la matriz de materialidad, donde el eje de la (y) muestra los temas relevantes e importantes para los grupos de interés y el eje de la (x) los asuntos relevantes e importantes para Arca Continental.

Este proceso tuvo el apoyo de un despacho externo experto en estos temas, así como la supervisión de un verificador externo, y solicitamos al Global Reporting Initiative (GRI) que también validara este ejercicio de transparencia y priorización de asuntos críticos.

[DE G4-17 A G4-27]

Para profundizar en la materialidad dar **CLIC AQUÍ**. 



1. HUELLA HÍDRICA
2. HUELLA DE CARBONO
3. UN MEJOR LUGAR PARA TRABAJAR
4. MARKETING RESPONSABLE
5. SALUD Y NUTRICIÓN
6. DESARROLLO SUSTENTABLE DE LA COMUNIDAD
7. OPERACIONES SEGURAS
8. PRODUCTOS AMIGABLES CON EL MEDIO AMBIENTE
9. DERECHOS HUMANOS
10. EMPAQUE
11. RECICLAJE
12. ABASTECIMIENTO RESPONSABLE

# Nuestra Empresa

[G4-56]

## VISIÓN

Ser líderes en todas las ocasiones de consumo de bebidas y alimentos en los mercados donde participamos, de forma rentable y sustentable.

## MISIÓN

Generar el máximo valor para nuestros clientes, colaboradores, comunidades y accionistas; satisfaciendo en todo momento y con excelencia las expectativas de nuestros consumidores.

## NUESTROS VALORES

### ORIENTACIÓN AL CLIENTE Y VOCACIÓN DE SERVICIO

Nos comprometemos a atender las necesidades de nuestros clientes y consumidores, impulsados por la vocación y el deseo permanente de satisfacer y superar sus expectativas, ofreciendo un servicio de excelencia.

### INTEGRIDAD SUSTENTADA EN RESPETO Y JUSTICIA

Mantenemos un compromiso permanente con la verdad. Actuamos en consecuencia siendo congruentes entre lo que hacemos, pensamos y decimos. Preservamos el patrimonio de la empresa, colaboradores y comunidad. Reconocemos y aceptamos la diversidad como característica de nuestros tiempos.

### DESARROLLO INTEGRAL DEL CAPITAL HUMANO

Fomentamos un ambiente de alta motivación, productividad y reconocimiento, que nos impulsa hacia el éxito. Apoyamos las aspiraciones profesionales y metas personales, alentando a que cada persona decida con sus acciones cuánto desea crecer. Las oportunidades de crecimiento y desarrollo son consecuencia directa de nuestros resultados.

### SUSTENTABILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

Estamos profundamente convencidos del papel que jugamos en la transformación de nuestro entorno. En el diario quehacer, asumimos el compromiso por satisfacer las necesidades actuales sin comprometer a las generaciones futuras, regidos por un Gobierno Corporativo que nos orienta a la búsqueda continua de una mejor calidad de vida para todos.

# Principales logros

	2012	2013
<b>ECONÓMICO</b>		
VENTAS NETAS (MILLONES DE PESOS)	56,269	60,359
EBITDA (MILLONES DE PESOS)	11,322	12,845
VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO (MILLONES DE PESOS)	56,429	60,604
VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO (MILLONES DE PESOS)*	44,404	49,672
VALOR ECONÓMICO RETENIDO (MILLONES DE PESOS)	12,025	10,932
<b>BIENESTAR INDIVIDUAL</b>		
PORCENTAJE DE BEBIDAS BAJAS O SIN CALORÍAS	37	43
NÚMERO DE EVENTOS QUE PROMUEVEN ESTILOS DE VIDA ACTIVOS Y SALUDABLES [G4-PR3]	1,900	2,100
NÚMERO DE PERSONAS BENEFICIADAS DIRECTAMENTE EN EVENTOS DE ACTIVIDAD FÍSICA Y/O SENSIBILIZACIÓN EN NUTRICIÓN	1,110,000	1,275,000
INFORMACIÓN NUTRICIONAL EN NUESTRAS PRESENTACIONES NR [G4-PR3]	100%	100%
CUMPLIMIENTO DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO PARA EVITAR PUBLICIDAD Y/O COMUNICACIONES DIRIGIDAS A NIÑOS MENORES DE 12 AÑOS	100%	100%
<b>BIENESTAR SOCIAL</b>		
MUJERES CAPACITADAS	2,632	4,705
NÚMERO DE PARTICIPANTES EN EL DÍA ANUAL DEL VOLUNTARIADO	6,000	7,000
INVERSIÓN EN PROGRAMAS SOCIALES (MILLONES DE PESOS)	58.6	59.2
HORAS/HOMBRE DE PARTICIPACIÓN DE COLABORADORES Y FAMILIAS EN VOLUNTARIADO	24,000	31,000
NÚMERO DE CURSOS DE CAPACITACIÓN IMPARTIDOS A COLABORADORES	9,915	10,822
TASA DE INCIDENCIA DE TIEMPO PERDIDO (PORCENTAJE)	3.4	2.7
<b>BIENESTAR AMBIENTAL</b>		
<b>AGUA</b>		
ÍNDICE DE USO DE AGUA (LTS. AGUA/LT. BEBIDA)	1.77	1.71
PORCENTAJE DE AGUA REUTILIZADA	10.6%	10.8%
AHORRO DE AGUA (M <sup>3</sup> )	635,974	400,196
<b>HUELLA DE CARBONO</b>		
REDUCCIÓN DE ENERGÍA EN PROCESOS DE MANUFACTURA (MEGAJOULES)	54,997	40,648
ENERGÍA ELÉCTRICA UTILIZADA DE FUENTES RENOVABLES (GWH) [G4-EN6]	34.1	42.7
REDUCCIÓN DE EMISIONES EN PROCESOS DE MANUFACTURA (TONELADAS DE CO <sub>2</sub> )	8,613**	5,159
<b>EMPAQUE</b>		
PORCENTAJE DE USO DE RESINA RECICLADA PET (BEBIDAS MÉXICO)	7.6	18.1
CONSUMO DE RESINA RECICLADA PET (TONELADAS) (BEBIDAS MÉXICO)	5,954	13,700
<b>RESIDUOS Y RECICLAJE</b>		
PORCENTAJE DE RESIDUOS RECICLADOS	81.75	83.8

\* VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO = COSTO DE VENTAS + SALARIOS Y BENEFICIOS SOCIALES + IMPUESTOS + DIVIDENDOS + INTERESES + INVERSIÓN A LA COMUNIDAD + OTROS GASTOS.  
 \*\* SE RECALCULÓ POR AJUSTE DE FACTORES.

# Mensaje del Presidente del Consejo y del Director General

[G4-1]



ING. FRANCISCO GARZA EGLOFF DIRECTOR GENERAL

LIC. MANUEL L. BARRAGÁN MORALES PRESIDENTE DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

## EL COMPROMISO DE ARCA CONTINENTAL CON EL DESARROLLO SUSTENTABLE DE LA COMUNIDAD PARTE DE UNA VISIÓN DE NEGOCIOS DE LARGO PLAZO BASADA EN TRES EJES ESTRATÉGICOS: EL BIENESTAR INTEGRAL DE LA PERSONA, EL AVANCE POSITIVO DE LA SOCIEDAD Y LA MEJORA DEL MEDIO AMBIENTE.

Nos complace informar que el 2013 fue un año muy significativo para nuestra empresa en cuanto a su estrategia de Sustentabilidad y Responsabilidad Social, en el que registramos avances significativos en la consolidación de su gestión institucional, así como en la integración y homologación de políticas, procesos y mejores prácticas en toda la organización.

Para fortalecer la inclusión de la sustentabilidad y responsabilidad social en todas las decisiones de negocio en los territorios que atendemos, se constituyó el Comité de Sustentabilidad Arca Continental.

El Comité está integrado por equipos funcionales para cada prioridad de los tres ejes estratégicos, operados cada uno por un ejecutivo especialista en el tema. A su vez, los equipos funcionales reportan sus avances al Comité Ejecutivo con el apoyo de un coordinador general.

La orientación de este grupo es liderada a nivel estratégico y supervisada por la Dirección General, con el apoyo y retroalimentación del Comité de Capital Humano y Sustentabilidad del Consejo de Administración.

Este esquema nos ha permitido identificar los procesos que generan resultados más positivos y que podemos replicar, alinear las acciones en materia de sustentabilidad y responsabilidad social bajo una sólida estrategia corporativa, definir un cuerpo común de métricas, indicadores y objetivos para la ejecución y seguimiento de los planes a nivel área, y desarrollar una base de información compartida y validada para su adecuada difusión.

Esta visión integral abarca todas las actividades de la empresa y considera las expectativas y necesidades de colaboradores, consumidores, clientes, proveedores, comunidad, inversionistas, accionistas, líderes de opinión, academia, Coca-Cola de México, Organizaciones de la Sociedad Civil y autoridades de gobierno, dentro de un proceso de diálogo continuo enfocado a la creación de valor compartido.

Parte fundamental del diálogo con la sociedad y grupos de interés es este Informe de Responsabilidad Social y Sustentabilidad 2013, elaborado siguiendo los lineamientos del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión más reciente (G4).

Entre los principales logros en materia de bienestar individual, además de ofrecer un amplio portafolio de alternativas de hidratación y alimentación, con la más alta calidad y seguridad, Arca Continental continuó impulsando en 2013 estilos de vida activos y saludables.

Con la convicción de participar activamente en la solución integral a los desafíos de salud que enfrenta la sociedad, continuamos invirtiendo y colaborando con diversas instituciones en el impulso al deporte y la promoción del movimiento en el país.

Más de 1.3 millones de personas fueron activadas directamente en 2,100 eventos deportivos organizados y/o patrocinados por la empresa, entre ellos la Copa Coca-Cola y el Maratón Powerade, uno de los eventos atléticos más reconocidos en el norte de México, entre otros torneos apoyados también en Ecuador y Argentina.

# 2,100 eventos

APOYADOS PARA FOMENTAR  
LA ACTIVACIÓN FÍSICA

# 18 millones

ÁRBOLES PLANTADOS EN 5 AÑOS  
EN NUESTROS TERRITORIOS

Adicionalmente, participamos en iniciativas para promover la activación física, como Escuelas en Movimiento, Salud Para Aprender y Ponte al 100 en México; Dale Juguemos, en Argentina, y Moverse es Felicidad, en Ecuador, entre otros.

También impulsamos el bienestar integral de los colaboradores a través de programas de capacitación, salud ocupacional, desarrollo laboral y clima organizacional, orientadas a generar Un Mejor Lugar para Trabajar.

En materia de desarrollo de la comunidad, además del impacto económico de la operación, del cabal cumplimiento de la legislación correspondiente y el pago puntual de nuestras obligaciones fiscales, apoyamos el desarrollo económico de los mercados a los que atendemos a través del impulso a la cadena de valor, adquiriendo el 98% de nuestras compras de proveedores locales.

También buscamos generar valor compartido a través de proyectos dirigidos específicamente a fortalecer la rentabilidad y productividad de nuestros clientes detallistas del Canal Tradicional, con Siglo XXI y Aula Móvil, entre otras, que incluyen estímulos, capacitación y apoyos puntuales, además de una constante inversión en el punto de venta.

Gracias a la entusiasta participación de los colaboradores, ampliamos los alcances de nuestro programa institucional de Voluntariado (VOLAR) a nuestros territorios del occidente de México y Ecuador, mejorando los resultados en todos los aspectos.

En el Día Anual del Voluntariado 2013, logramos una asistencia de más de 7,000 colaboradores, sus familias y miembros de la comunidad, que en conjunto aportaron 31,000 horas-hombre para rehabilitar 14 escuelas y 15 parques públicos, limpiar 28 kilómetros de riberas y playas recolectando 18 toneladas de basura, y reforestar algunas zonas de nuestros territorios.

También reforzamos nuestros programas de apoyo a la mujer, como parte de la iniciativa "5by20" de la Compañía Coca-Cola, con proyectos que empoderaron a 4,705 mujeres a través de capacitación e incentivos para el desarrollo de sus microempresas.

En el tema ambiental, gracias a la actitud de mejora continua presente en nuestros colaboradores, en 2013 impulsamos avances fundamentales en los principales indicadores de sustentabilidad, en particular los relativos a la huella hídrica y de carbono, así como manejo de residuos.

Cabe destacar el esfuerzo por manejar responsablemente el agua, nuestra principal materia prima, y que con el uso de tecnologías de vanguardia, nos ha permitido reducir el consumo de 1.77 a 1.71 litros de líquido por litro de bebida, calculado de manera consolidada a nivel Arca Continental. En este aspecto, destacan las operaciones en México, con un índice de 1.6 litros de agua por litro de refresco, y en particular Planta Hermosillo, que ha ganado el reconocimiento internacional al alcanzar un índice de 1.38.

En cuanto a nuestra estrategia de empaques sustentables, en 2013 concluimos la expansión de PetStar, empresa que lideramos en conjunto con Coca-Cola de México y un grupo de embotelladores, y que duplicó su capacidad para convertirse en la Planta de Reciclado de PET Grado Alimenticio Más Grande del Mundo.

Continuamos además con proyectos enfocados en avanzar hacia nuestra meta de reponer a la naturaleza el 100% del agua utilizada en nuestros procesos, a través de proyectos como el Programa Nacional de Reforestación y Cosecha de agua, en el que en conjunto con Fundación Coca-Cola y Pronatura, en los últimos cinco años hemos plantado 18 millones de árboles en 17 mil hectáreas en los territorios donde operamos, permitiendo la recarga de importantes cuencas hídricas.

Estos y otros esfuerzos fueron reconocidos por el Centro Mexicano para la Filantropía, que nos otorgó el distintivo de Empresa Socialmente Responsable por onceavo año consecutivo. Adicionalmente, logramos que nuestra empresa volviera a integrar por tercer año el Índice Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores.

Los avances en éstas y otras iniciativas durante 2013 refrendan el compromiso total de la empresa con ser un agente de cambio positivo en las comunidades a las que servimos, impulsando la mejora del entorno y el bienestar integral de los colaboradores y la sociedad en general.

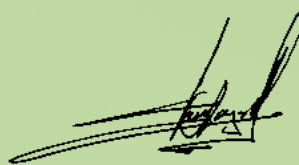
Congruentes con los valores de nuestra cultura organizacional y nuestra forma de hacer negocios, continuaremos apoyando iniciativas y realizando esfuerzos proactivos para participar de manera corresponsable con otras instituciones, autoridades y la comunidad en acciones que hagan posible el desarrollo sustentable de la sociedad.

Invitamos al lector a participar en el diálogo y a ofrecernos su retroalimentación respecto a las estrategias y programas descritos en este informe.

Muchas gracias.



LIC. MANUEL L. BARRAGÁN MORALES  
PRESIDENTE DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN



ING. FRANCISCO GARZA EGLOFF  
DIRECTOR GENERAL

# Perfil de la Empresa

[G4-3, G4-4, G4-6, G4-8, G4-9]

ARCA CONTINENTAL ES UNA EMPRESA MEXICANA CON SEDE EN MONTERREY, MÉXICO Y ES LA SEGUNDA EMBOTELLADORA DE COCA-COLA MÁS GRANDE DE AMÉRICA LATINA Y UNA DE LAS MÁS IMPORTANTES DEL MUNDO.

Somos una empresa dedicada a la producción, distribución y venta de bebidas de las marcas propiedad de la Compañía Coca-Cola, así como de botanas bajo las marcas Bokados en México, Inalecsa en Ecuador y Wise en Estados Unidos. Con una destacada trayectoria de más de 85 años, Arca Continental es la segunda embotelladora de Coca-Cola más grande de América Latina y una de las más importantes del mundo. En su franquicia de Coca-Cola, la empresa atiende a una población de más de 54 millones en la región norte y occidente de México, así como en Ecuador y en la región norte de Argentina. Arca Continental cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores bajo el símbolo "AC".



LA COMPAÑÍA COCA-COLA ES NUESTRO PRINCIPAL SOCIO ESTRATÉGICO. SI DESEAS CONOCER MÁS DE LA MARCA COMERCIAL MÁS FAMOSA DEL PLANETA VISITA:  
<http://www.coca-colacompany.com/>



SI DESEAS CONOCER MÁS DE NUESTRAS MARCAS Y PRESENTACIONES VISITA NUESTRO SITIO:  
<http://www.arcacontal.com>



## MARCAS Y PRODUCTOS

PRODUCIMOS, DISTRIBUIMOS Y VENDEMOS UN AMPLIO PORTAFOLIO DE PRODUCTOS DE GRAN CALIDAD PARA SATISFACER LAS DIFERENTES NECESIDADES Y PREFERENCIAS DE HIDRATACIÓN Y ALIMENTACIÓN DE NUESTROS CLIENTES Y CONSUMIDORES.

REFRESCOS	AGUA	BAJAS Y SIN CALORÍAS	DEPORTIVAS
TÉS	AGUA MINERAL	VITAMINADAS	JUGOS
LECHE	REPOSTERÍA	BOTANAS Y DULCES	CAFÉ





CIFRAS EXPRESADAS EN MILLONES DE PESOS.

## CAPITALIZACIÓN PS. 131,560 MILLONES

AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013



**ESTADOS UNIDOS**  
 2 PLANTAS BOTANAS  
 1 PLANTA SALSAS  
 9 CEDIS  
 90,000 PUNTOS DE VENTA

### ARCA CONTINENTAL NORTEAMÉRICA

**1,059.4 MILLONES DE CAJAS UNIDAD (MCU)**  
**\$46,206 VENTAS NETAS**  
 (MILLONES DE PESOS)



**MÉXICO**  
 20 PLANTAS EMBOTELLADORAS  
 3 PLANTAS BOTANAS  
 116 CEDIS BEBIDAS  
 41 CEDIS BOTANAS  
 401,000 PUNTOS DE VENTA

### ARCA CONTINENTAL SUDAMÉRICA

**289.4 MILLONES DE CAJAS UNIDAD (MCU)**  
**\$14,153 VENTAS NETAS**  
 (MILLONES DE PESOS)

**ECUADOR**  
 3 PLANTAS EMBOTELLADORAS  
 2 PLANTAS DE BOTANAS  
 32 CEDIS BEBIDAS  
 16 CEDIS BOTANAS  
 215,200 PUNTOS DE VENTA



**ARGENTINA**  
 3 PLANTAS EMBOTELLADORAS  
 25 CEDIS BEBIDAS  
 90,000 PUNTOS DE VENTA



**39,273**  
 COLABORADORES



[G4-13]

A finales de 2013 se acordó la adquisición de la mayoría accionaria de Holding Tonicorp, transacción que esperamos concretar en breve.

Tonicorp es líder en Ecuador en la producción de lácteos y otras bebidas bajo la emblemática marca Toni, helados con alto contenido lácteo bajo la marca Topsy, así como envases y contenedores plásticos dirigidos al mercado industrial y de consumo masivo.

Ya en 2012 en México habíamos integrado productos lácteos a nuestro portafolio con Santa Clara, a través de nuestra inversión

conjunta con Coca-Cola de México en Jugos Del Valle, y ahora esperamos incursionar a la industria láctea en el mercado ecuatoriano, con la finalidad de ampliar las alternativas ofrecidas al consumidor e innovar en una categoría de gran crecimiento en la región.

[G4-23]

Adicionalmente, en 2013 se anunció la adquisición de un 25% de participación de Bebidas Refrescantes de Nogales, Sonora.



# Estrategia de Sustentabilidad

[G4-14]

La sustentabilidad es un aspecto fundamental en nuestra cultura organizacional y está alineada a la estrategia del negocio, con el firme propósito de seguir contribuyendo con el desarrollo económico, social y ambiental de las comunidades donde operamos.

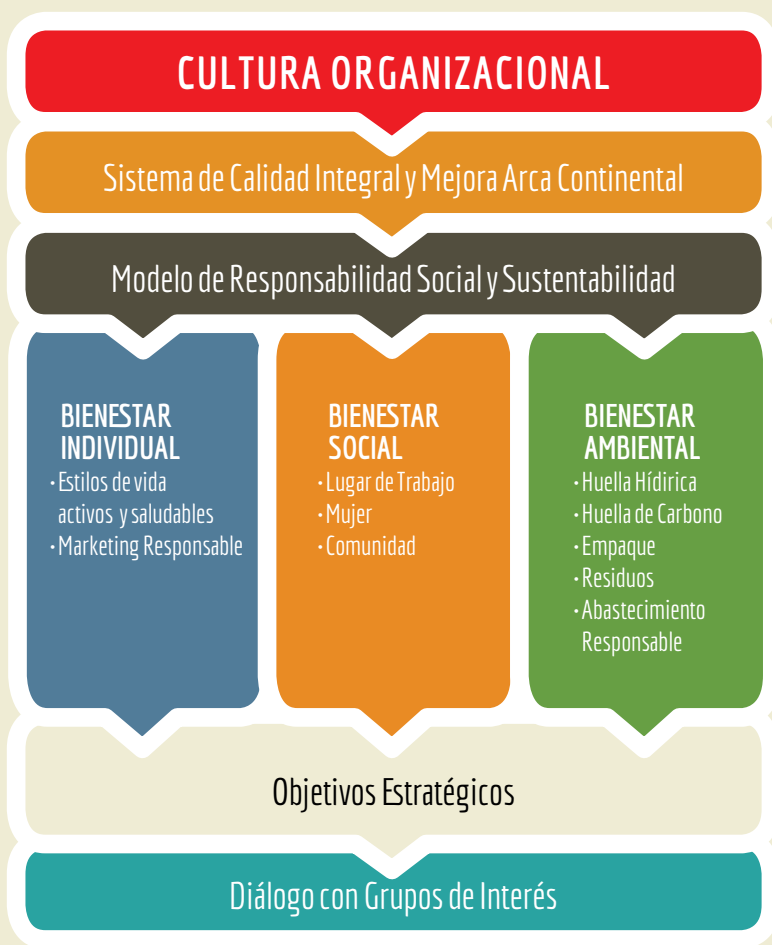
Contamos con un modelo de Sustentabilidad, que nos permite identificar de forma gráfica, los temas de mayor relevancia para nuestro negocio y para nuestros grupos de interés. En 2013, actualizamos y fortalecimos el modelo al concentrar los asuntos más importantes para el negocio en tres ejes estratégicos las cuales están ligadas al Sistema de Calidad Integral y Mejora Arca Continental y las acciones de Responsabilidad Social y Sustentabilidad.

El modelo nos ha permitido identificar las prioridades estratégicas, para que las áreas responsables definan objetivos y metas claras por cada pilar. Para ello, se organizaron comités de trabajo por cada una de las prioridades, con la intención de formular propuestas, reevaluar los programas que veníamos realizando y determinar indicadores de medición y mejora continua en cada proyecto.

También elaboramos un cuadro de mando integral que nos permitirá dar seguimiento a los temas donde podemos seguir aplicando la fórmula e identificar las acciones para continuar mejorando y creando valor.

El reto ahora, es diseñar una estrategia para comunicar en todas las operaciones esta adaptación y trabajar en cada unidad de negocio y dar cumplimiento a ser líderes en el mercado y en cada categoría de producto, mantener un crecimiento financiero, ser el socio de bebidas de mayor confianza y preferencia, ser el mejor lugar para trabajar, gestionar tiempo, gente y recursos económicos con mayor eficiencia y ser la compañía más respetada en el cuidado del medio ambiente y la conservación de los recursos naturales.

HEMOS FORMALIZADO NUESTRAS ACCIONES A FAVOR DEL DESARROLLO SUSTENTABLE, CON EL OBJETIVO DE AVANZAR CON PASO FIRME EN NUESTRA ESTRATEGIA DE NEGOCIO, GENERANDO VALOR PARA LA EMPRESA Y PARA NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS.





# Prioridades Estratégicas

[G4-14]

## BIENESTAR INTEGRAL

### BIENESTAR INDIVIDUAL

PROMOVER EL BIENESTAR DE LAS PERSONAS A TRAVÉS DE BEBIDAS Y ALIMENTOS DE CALIDAD, ASÍ COMO LA PROMOCIÓN DE LA ACTIVACIÓN FÍSICA Y ESTILOS DE VIDA SALUDABLES, BRINDANDO INFORMACIÓN NECESARIA QUE PERMITA TOMAR DECISIONES DE CONSUMO.

### BIENESTAR SOCIAL

IMPULSAR EL DESARROLLO PERSONAL DE NUESTROS COLABORADORES Y DE LA COMUNIDAD, MEDIANTE LA CERTIFICACIÓN DE MEJORES CENTROS DE TRABAJO Y HACIENDO UNA DIFERENCIA POSITIVA EN LA CONTRIBUCIÓN DEL DESARROLLO DE LA COMUNIDAD.

### BIENESTAR AMBIENTAL

EMPRENDER ACCIONES QUE PERMITAN REDUCIR EL IMPACTO AMBIENTAL DIRECTO O INDIRECTO DE NUESTRAS ACTIVIDADES DE NEGOCIO.

PERSONA, COMUNIDAD Y PLANETA SON PARTE DE NUESTRA VISIÓN SOBRE CÓMO PODEMOS TRABAJAR JUNTOS PARA CREAR VALOR COMPARTIDO Y HACER UNA DIFERENCIA POSITIVA PARA LOS CONSUMIDORES Y LAS COMUNIDADES A LAS QUE SERVIMOS.

CON LA META DE SER LÍDERES EN TODAS LAS OCASIONES DE CONSUMO DE BEBIDAS Y ALIMENTOS DENTRO DE LOS MERCADOS DONDE PARTICIPAMOS DE FORMA RENTABLE Y SUSTENTABLE, HEMOS FIJADO UNA ESTRATEGIA DE BIENESTAR INTEGRAL QUE CONTRIBUYA A REFORZAR NUESTRA SUSTENTABILIDAD COMO EMPRESA Y SISTEMA.



### ESTILOS DE VIDA ACTIVOS Y SALUDABLES

- Programas de bienestar integral para los colaboradores.
- Impulsar programas comunitarios de actividad física y hábitos saludables.
- Ampliar y fortalecer el portafolio dependiendo de las necesidades y estilos de vida de cada persona.

### MERCADOTECNIA RESPONSABLE

- Cumplimiento de la política de mercadotecnia responsable.
- Incrementar disponibilidad de presentaciones personales y alternativas bajas o sin calorías en todos los mercados.
- Proporcionar al consumidor información clara y transparente, que les permita decidir y administrar su consumo.



### LUGAR DE TRABAJO

- Ser el mejor lugar para trabajar.
- Desarrollo y capacitación como elemento clave para potenciar el talento de los colaboradores.
- Promover la innovación y creatividad para la generación de nuevos proyectos. (AP y EO)
- Entorno de trabajo seguro y saludable.
- Difusión, respeto y cumplimiento de los Derechos Humanos.

### DESARROLLO DE LA MUJER

- Contribuir al desarrollo integral de la mujer.
- Incrementar el porcentaje de mujeres en puestos de liderazgo en la compañía.
- Promover programas de capacitación.

### COMUNIDAD

- Implementar y apoyar iniciativas sociales y ambientales a favor de la comunidad.
- Propiciar alianzas y construir relaciones que apoyen su desarrollo.
- Impulsar programas comunitarios de actividad física y hábitos saludables.



### AGUA

- Mejorar la eficiencia en el uso del agua.
- Reponer y tratar el agua utilizada en nuestros productos.
- Investigación y participación en la protección de cuencas de agua.
- Protección de la biodiversidad.

### HUELLA DE CARBONO

- Utilizar energía de fuentes renovables.
- Reducir las emisiones de CO<sub>2</sub> a la atmósfera.
- Implementar nuevas tecnologías para la reducción del consumo energético.
- Optimización de rutas de distribución y reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>.

### EMPAQUE

- Integrar material reciclado en el envase PET.
- Participar en el reciclaje de materiales de los diferentes empaques.
- Innovación en el diseño de empaques para reducir su impacto ambiental.

### RESIDUOS

- Reciclar los residuos generados en nuestros procesos.
- Implementar acciones para recuperar botellas de PET después de su consumo.

### ABASTECIMIENTO RESPONSABLE

- Reducir la huella de carbono a lo largo de la cadena de valor.
- Respeto y cumplimiento ante el tema de los Derechos Humanos
- Difusión y aseguramiento del cumplimiento ético.

## PARTICIPACIÓN CON GRUPOS DE INTERÉS

[G4-24, G4-25, G4-26, G4-27]

EL INVOLUCRAMIENTO CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS ES UN EJERCICIO CLAVE, QUE NOS PERMITE CONOCER SUS EXPECTATIVAS E INQUIETUDES PARA DISEÑAR Y DESARROLLAR ACCIONES CONCRETAS QUE GENEREN VALOR MUTUO.

Nuestras diversas iniciativas tienen una clara relación con nuestro compromiso por contribuir con el bienestar y el desarrollo de nuestros colaboradores, consumidores, clientes, accionistas, proveedores, comunidad y demás grupos de interés.

Conceptualizamos a un grupo de interés como aquella persona o grupo organizado que puede incidir en el desarrollo y crecimiento de la sociedad y del negocio, así como aquellos colectivos o grupos que tengan en su agenda intereses comunes a los nuestros. El diálogo y participación con las audiencias clave se ha desarrollado de forma continua durante los últimos cuatro años.

Hemos establecido canales y medios de contacto permanentes que nos permiten tener cercanía para identificar sus percepciones y expectativas.

## DIÁLOGO CON GRUPOS DE INTERÉS

	CONSUMIDORES	CLIENTES	PROVEEDORES	ACADEMIA Y LÍDERES DE OPINIÓN
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LÍNEAS 01800 SIEMPRE ABIERTAS</li> <li>• ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN, CALIDAD Y SERVICIO</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LÍNEA 01800 SIEMPRE ABIERTA</li> <li>• REUNIONES</li> <li>• ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN, CALIDAD Y SERVICIO</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SECCIÓN ESPECIALIZADA EN EL SITIO DE INTERNET</li> <li>• BUZÓN DE TRANSPARENCIA</li> <li>• RETROALIMENTACIÓN DE AUDITORÍAS Y EVALUACIONES</li> <li>• ENTREGA DE REPORTES ANUALES</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SITIO DE INTERNET</li> <li>• PARTICIPACIÓN EN FOROS Y CONGRESOS</li> <li>• BUZÓN DE TRANSPARENCIA</li> <li>• REUNIONES</li> <li>• INFORMES</li> </ul>
FRECUENCIA	DIARIA / ANUAL	DIARIA / ANUAL	DIARIA / MENSUAL	MENSUAL / ANUAL
EXPECTATIVAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CALIDAD Y SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS</li> <li>• INFORMACIÓN VERAZ, CLARA Y ÚTIL SOBRE LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS EN ETIQUETAS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CALIDAD Y SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS</li> <li>• DESARROLLO DE CLIENTES</li> <li>• CAPACITACIÓN</li> <li>• INTERCAMBIO DE BUENAS PRÁCTICAS</li> <li>• PRÁCTICAS ÉTICAS EN NEGOCIACIONES</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DESARROLLO DE PROVEEDORES</li> <li>• PRÁCTICAS ÉTICAS EN NEGOCIACIONES</li> <li>• CUIDADO Y PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE</li> <li>• COMPARTIR PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PUBLICIDAD Y MERCADOTECNIA RESPONSABLE</li> <li>• INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS</li> <li>• INFORMACIÓN SOBRE ACTIVIDADES DE LA EMPRESA Y PRODUCTOS</li> </ul>
INICIATIVAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AMPLIACIÓN DE ETIQUETAS</li> <li>• GUÍAS DIARIAS DE ALIMENTACIÓN (GDA'S) EN ETIQUETAS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PROGRAMA DE SOCIO DISTINGUIDO Y AMIGO SEGURO</li> <li>• MODELO DE SERVICIO (RTM)</li> <li>• AMPLIACIÓN DE PORTAFOLIOS</li> <li>• CUMPLIMIENTO DE LEYES Y REGLAMENTOS PUBLICITARIOS</li> <li>• CAPACITACIÓN Y APOYO A DETALLISTAS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• APLICACIÓN DE LOS PRINCIPIOS RECTORES DE PROVEEDORES DE COCA-COLA</li> <li>• AUDITORÍAS DE CALIDAD</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PROMOCIÓN DE ESTILOS DE VIDA ACTIVOS Y SALUDABLES</li> <li>• GUÍAS DIARIAS DE ALIMENTACIÓN (GDA'S) EN ETIQUETAS</li> <li>• ADHESIÓN AL CÓDIGO PABI</li> <li>• CUMPLIMIENTO DE LEYES Y REGULACIONES</li> <li>• INSTITUTO DE BEBIDAS PARA LA SALUD Y EL BIENESTAR</li> </ul>

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	COLABORADORES Y SUS FAMILIAS	OSC'S	COMUNIDAD	AUTORIDADES Y GOBIERNO	INVERSIONISTAS Y ACCIONISTAS	COCA-COLA DE MÉXICO
<ul style="list-style-type: none"> <li>SECCIÓN ESPECIALIZADA EN EL SITIO DE INTERNET</li> <li>BUZÓN DE TRANSPARENCIA</li> <li>ENTREGA DE REPORTES ANUALES</li> <li>RUEDAS DE PRENSA</li> <li>LÍNEA 01800</li> <li>ENTREVISTAS 1 A 1</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ENCUESTAS DE CLIMA ORGANIZACIONAL</li> <li>PORTAL INTERNO DE INFORMACIÓN</li> <li>TABLEROS INFORMATIVOS</li> <li>REVISTA BIMESTRAL</li> <li>BUZÓN DE TRANSPARENCIA</li> <li>COMISIÓN DE SEGURIDAD E HIGIENE</li> <li>INFORME A LOS COLABORADORES</li> <li>EQAP'S</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>REUNIONES</li> <li>CORREO ELECTRÓNICO: RS@ARCACONTAL.COM</li> <li>INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL</li> <li>PÁGINA DE INTERNET</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>REUNIONES</li> <li>ESTUDIOS DE OPINIÓN COMUNITARIA</li> <li>LÍNEA 01800</li> <li>PÁGINA DE INTERNET</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>JUNTAS</li> <li>INFORME ANUAL</li> <li>PÁGINA DE INTERNET</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>CONFERENCIA Y REPORTES TRIMESTRALES</li> <li>INFORMES ANUALES DE ACCIONISTAS Y DE SUSTENTABILIDAD</li> <li>ASAMBLEA ANUAL DE ACCIONISTAS</li> <li>PÁGINA DE INTERNET</li> <li>JUNTAS DE CONSEJO</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>JUNTAS PERIÓDICAS</li> <li>CORREOS ELECTRÓNICOS</li> <li>MESAS DE TRABAJO</li> <li>INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL</li> </ul>
MENSUAL / TRIMESTRAL	DIARIA / TRIMESTRAL / ANUAL	MENSUAL / TRIMESTRAL	CONTINUA	MENSUAL / TRIMESTRAL	DIARIA / MENSUAL / TRIMESTRAL / ANUAL	DIARIA / MENSUAL / TRIMESTRAL / ANUAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>PUBLICIDAD Y MERCADOTECNIA RESPONSABLE</li> <li>INFORMACIÓN OPORTUNA Y VERAZ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>CAPACITACIÓN Y DESARROLLO LABORAL Y HUMANO</li> <li>SUELDOS Y PRESTACIONES COMPETITIVAS</li> <li>RESPECTO A DERECHOS Y LIBERTADES</li> <li>APLICACIÓN DEL CÓDIGO DE ÉTICA</li> <li>SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>PARTICIPACIÓN Y APOYO ACTIVO A LAS CAUSAS QUE PROMUEVEN</li> <li>RETROALIMENTACIÓN</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>INVERSIÓN PARA PROYECTOS EN LA COMUNIDAD; EDUCATIVOS, SALUD Y DEPORTE</li> <li>INTERACCIÓN RESPONSABLE</li> <li>CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE Y USO EFICIENTE DE RECURSOS NATURALES</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>CUMPLIMIENTO DE LEYES, REGLAMENTOS Y NORMAS APLICABLES</li> <li>PARTICIPACIÓN EN LA CREACIÓN DE LEYES Y NORMAS</li> <li>PAGO OPORTUNO DE IMPUESTOS Y CONTRIBUCIONES</li> <li>DESEMPEÑO RESPONSABLE</li> <li>INVERSIÓN Y CREACIÓN DE EMPLEO</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>RENTABILIDAD, CRECIMIENTO Y CREACIÓN DE VALOR Y PAGO DE DIVIDENDOS</li> <li>COMUNICACIÓN CONSTANTE Y CON CONTENIDO VERAZ</li> <li>SUSTENTABILIDAD</li> <li>PRÁCTICAS ÉTICAS DE GOBIERNO CORPORATIVO</li> <li>TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>CUMPLIMIENTO DE ESTÁNDARES DE CALIDAD DE PRODUCTO, ATENCIÓN AL CLIENTE Y CADENA DE VALOR</li> <li>CUMPLIMIENTO DE METAS DE LA PLATAFORMA DE SUSTENTABILIDAD VIVIENDO POSITIVAMENTE</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>ENTREVISTAS</li> <li>COMUNICADOS DE PRENSA Y PÁGINA DE INTERNET</li> <li>ADHESIÓN AL CÓDIGO PABI</li> <li>INFORMES ANUALES</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SISTEMA DE SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL DE COCA-COLA (SSO)</li> <li>PROGRAMA DE CAPACITACIÓN, ALIANZAS CON EL INEA, E-LEARNING Y MAESTRÍA ARCA CONTINENTAL</li> <li>ENCUESTAS ANUALES DE CLIMA ORGANIZACIONAL</li> <li>EVALUACIÓN ANUAL DE DESEMPEÑO A MANDOS ALTOS Y MEDIOS</li> <li>SISTEMA DE MANEJO DE INCIDENTES Y RESOLUCIÓN DE CRISIS</li> <li>EL MOVIMIENTO AC•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>COMITÉ DE DONATIVOS</li> <li>ALIANZAS ESTRATÉGICAS DE COLABORACIÓN</li> <li>ASOCIACIÓN PRO SUPERACIÓN PERSONAL, A.C.</li> <li>CEMEFI</li> <li>RED SUMARSE</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ESCUELAS EN MOVIMIENTO</li> <li>COPA COCA-COLA</li> <li>MARATÓN POWERADE</li> <li>MINI-MARATÓN ECOCE</li> <li>VOLUNTARIADO</li> <li>ECO-CLUBS</li> <li>PROGRAMA DE VISITAS MISIÓN COCA-COLA</li> <li>MOVESE ES FELICIDAD</li> <li>DALE JUGUEMOS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>CUMPLIMIENTO DE LA LEY Y REGLAMENTOS</li> <li>INVERSIÓN CONSTANTE Y CREACIÓN DE EMPLEOS</li> <li>PARTICIPACIÓN EN ASOCIACIONES Y CÁMARAS</li> <li>DIÁLOGO CONSTANTE CON AUTORIDADES</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ESTRUCTURA DE GOBIERNO CORPORATIVO</li> <li>CÓDIGO DE ÉTICA</li> <li>COMITÉ DE IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS, IMAGEN Y REPUTACIÓN CORPORATIVA</li> <li>ACCIONES EN PRO DE LA SUSTENTABILIDAD</li> <li>COMUNICACIÓN CONSTANTE CON INVERSIONISTAS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>CUMPLIMIENTO DE METAS SUSTENTABLES</li> <li>PARTICIPACIÓN ACTIVA EN EL CÓMITE DE SUSTENTABILIDAD DE LA INDUSTRIA</li> <li>PARTICIPACIÓN EN TODOS LOS PROGRAMAS CORPORATIVOS</li> <li>COPA COCA-COLA</li> <li>CAMPAÑAS DE REFORESTACIÓN Y LIMPIEZA DE CUERPOS DE AGUA</li> <li>FOMENTO A UNA VIDA ACTIVA Y SALUDABLE</li> <li>USO EFICIENTE DE LOS RECURSOS</li> </ul>

# Gobierno Corporativo

[G4-34]

CONTAMOS CON SÓLIDAS PRÁCTICAS DE GOBIERNO CORPORATIVO A FIN DE ASEGURAR EL MEJOR DESEMPEÑO DE LA EMPRESA, CUMPLIR CON NUESTROS OBJETIVOS Y ATENDER DE MANERA ÓPTIMA LAS EXPECTATIVAS DE NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS.

El Gobierno Corporativo está alineado con el Código de Mejores Prácticas Corporativas de la Bolsa Mexicana de Valores y tiene su fundamento en nuestro Código de Ética.

El Consejo de Administración está compuesto por 20 consejeros propietarios -cada uno con un suplente- y un secretario. Cinco consejeros propietarios y sus suplentes son independientes.

Los consejeros cuentan con amplios conocimientos y experiencia en una gran diversidad de temas, entre los que podemos mencionar: negocios, finanzas, producción, economía, medio ambiente, logística, etc. Son elegidos por la Asamblea General de Accionistas a propuesta de un grupo de miembros de la misma y con base en su trayectoria, resultados, experiencia, integridad, honestidad; así como por su alineación con los valores y filosofía de la empresa.

En el desempeño de sus funciones nuestro Consejo de Administración es apoyado por los siguientes comités:

- **Ejecutivo**
- **Auditoría**
- **Prácticas Societarias**
- **Capital Humano y Sustentabilidad**
- **Planeación y Finanzas**

A continuación se detallan las funciones de los diferentes comités:





## COMITÉ DE PRÁCTICAS SOCIETARIAS

- a) Dar opinión al Consejo de Administración sobre los asuntos que le competen de acuerdo a la legislación aplicable.
- b) Solicitar la opinión de expertos independientes en los casos en que lo juzgue conveniente, para el adecuado desempeño de sus funciones o cuando conforme a la legislación aplicable o disposiciones de carácter general así se requiera.
- c) Convocar a Asambleas de Accionistas y hacer que se inserten en el orden del día de dichas Asambleas los puntos que estimen pertinentes.
- d) Apoyar al Consejo de Administración en la elaboración de los informes a que se refiere el artículo 28 (veintiocho), fracción IV, incisos d) y e) de la Ley del Mercado de Valores.
- e) Las demás que establezca la legislación aplicable o se prevean en los estatutos sociales de la empresa.

## COMITÉ DE AUDITORÍA

- a) Dar opinión al Consejo de Administración sobre los asuntos que le competen conforme a la legislación aplicable.
- b) Evaluar el desempeño de la persona moral que proporcione los servicios de auditoría externa, así como analizar el dictamen, opiniones, reportes o informes que elabore y suscriba el auditor externo. Para tal efecto, el comité podrá requerir la presencia del citado auditor cuando lo estime conveniente, sin perjuicio de que deberá reunirse con este último por lo menos una vez al año.
- c) Discutir los estados financieros de la Sociedad con las personas responsables de su elaboración y revisión, y con base en ello recomendar o no al Consejo de Administración su aprobación.
- d) Informar al Consejo de Administración la situación que guarda el sistema de control interno y auditoría interna de la Sociedad o de las personas morales que ésta controle, incluyendo las irregularidades que, en su caso, detecte.
- e) Elaborar la opinión a que se refiere el artículo 28 (veintiocho), fracción IV, inciso c) de la Ley del Mercado de Valores y someterla a consideración del Consejo de Administración para su posterior presentación a la Asamblea de Accionistas, apoyándose, entre otros elementos, en el dictamen del auditor externo.
- f) Apoyar al Consejo de Administración en la elaboración de los informes a que se refiere el Artículo 28 (veintiocho), fracción IV, incisos d) y e) de la Ley del Mercado de Valores.
- g) Vigilar que las operaciones a que hacen referencia los Artículos 28 (veintiocho), fracción III, y 47 (cuarenta y siete) de la Ley del Mercado de Valores, se lleven a cabo ajustándose a lo previsto al efecto en dichos preceptos, así como a las políticas derivadas de los mismos.

- h) Solicitar la opinión de expertos independientes en los casos en que lo juzgue conveniente, para el adecuado desempeño de sus funciones o cuando conforme a la legislación aplicable o disposiciones de carácter general se requiera.
- i) Requerir a los directivos relevantes y demás empleados de la empresa o de las personas morales que ésta controle, reportes relativos a la elaboración de la información financiera y de cualquier otro tipo que estime necesaria para el ejercicio de sus funciones.
- j) Investigar los posibles incumplimientos de los que tenga conocimiento, a las operaciones, lineamientos y políticas de operación, sistema de control interno y auditoría interna y registro contable, ya sea de la propia empresa o de las personas morales que ésta controle, para lo cual deberá realizar un examen de la documentación, registros y demás evidencias comprobatorias, en el grado y extensión que sean necesarios para efectuar dicha vigilancia.
- k) Recibir observaciones formuladas por accionistas, Consejeros, directivos relevantes, empleados y, en general, de cualquier tercero, respecto de los asuntos a que se refiere el inciso anterior, así como realizar las acciones que a su juicio resulten procedentes en relación con tales observaciones.
- l) Solicitar reuniones periódicas con los directivos relevantes, así como la entrega de cualquier tipo de información relacionada con el control interno y auditoría interna de la Sociedad o personas morales que ésta controle.
- m) Informar al Consejo de Administración de las irregularidades importantes detectadas con motivo del ejercicio de sus funciones y, en su caso, de las acciones correctivas adoptadas o proponer las que deban aplicarse.
- n) Convocar a Asambleas de Accionistas y solicitar que se inserten en el Orden del Día de dichas Asambleas los puntos que estimen pertinentes.
- o) Vigilar que el Director General dé cumplimiento a los acuerdos de las Asambleas de Accionistas y del Consejo de Administración de la empresa, conforme a las instrucciones que, en su caso, dicte la propia Asamblea o el referido Consejo.
- p) Vigilar que se establezcan mecanismos y controles internos que permitan verificar que los actos y operaciones de la empresa y de las personas morales que ésta controle, se apeguen a la normativa aplicable, así como implementar metodologías que posibiliten revisar el cumplimiento de lo anterior.
- q) Las demás que establezca la Ley del Mercado de Valores o se prevean en los estatutos sociales de la empresa, acordes con las funciones que la Ley del Mercado de Valores le asigna.

## COMITÉ DE PLANEACIÓN Y FINANZAS

- a) Evaluar y, en su caso, sugerir las políticas de inversión de la empresa propuestas por la Dirección General, para posteriormente someterlas a la aprobación del Consejo de Administración.
- b) Evaluar y, en su caso, sugerir las políticas de financiamiento (capital o deuda) de la empresa y sus subsidiarias, propuestas por la Dirección General, para posteriormente someterlas a la aprobación del Consejo de Administración.
- c) Evaluar y, en su caso, sugerir las políticas de dividendos de la empresa.
- d) Evaluar y, en su caso, sugerir los lineamientos generales para la determinación de la planeación estratégica de la empresa.
- e) Opinar sobre las premisas del presupuesto anual y proponerlas al Consejo de Administración para su aprobación.
- f) Dar seguimiento a la aplicación del presupuesto y del plan estratégico.
- g) Identificar los factores de riesgo a los que está sujeta la empresa y evaluar las políticas para su administración.
- h) Analizar y proponer al Consejo de Administración para su autorización las propuestas relativas a los siguientes asuntos: (i) reformas o adiciones a los estatutos sociales; (ii) emisión, colocación o amortización de acciones de la empresa; (iii) fusiones y otras combinaciones de negocios que involucren a la sociedad o sus subsidiarias; (iv) inversiones de la compañía o sus subsidiarias que excedan los límites de autorización del Director General.
- i) Cualquier otro asunto que le sea encomendado por el Consejo de Administración.

A partir del primero de enero de 2005, en Arca Continental adoptamos la política de no celebrar transacciones con personas relacionadas al grupo de control de la empresa, con excepción de aquellas que se consideren estrictamente necesarias para fines estratégicos y/o que puedan impactar significativamente los resultados de la compañía, así como sus operaciones.

Para poder celebrar estas operaciones, la Dirección General debe solicitar autorización al Presidente y a los Vicepresidentes del Consejo de Administración, reunidos como Comité Ejecutivo, y debe explicar los aspectos que hacen necesaria tal operación, así como sus bases y temporalidad. En estos casos, adicionalmente se debe de presentar la operación al Comité de Auditoría y Prácticas Societarias para su aprobación.



# COMITÉ DE CAPITAL HUMANO Y SUSTENTABILIDAD

## Funciones de Capital Humano

- a) Evaluar y someter al Consejo de Administración los lineamientos para que la empresa cuente con políticas de compensaciones y de recursos humanos adecuadas.
- b) Proponer al Consejo de Administración los criterios para la selección del Director General y los principales funcionarios de la empresa.
- c) Hacer recomendaciones al Consejo de Administración sobre los criterios para la evaluación del Director General y funcionarios de alto nivel de la empresa.
- d) Revisar periódicamente los esquemas de compensación de ejecutivos y hacer recomendaciones acerca de la estructura y monto de las remuneraciones de los principales ejecutivos de la empresa.
- e) Revisar que las condiciones de contratación de ejecutivos de alto nivel y que los pagos por separación de la empresa se apeguen a los lineamientos del Consejo de Administración.
- f) Informar periódicamente al Consejo de Administración sobre sus actividades.
- g) Desempeñar cualquier otra función que le sea encomendada por el Consejo de Administración.

## Funciones de Sustentabilidad

- a) Revisar los programas de sustentabilidad y responsabilidad social, acorde a los objetivos y estrategias de negocio.
- b) Revisar periódicamente la estrategia de sustentabilidad y responsabilidad social de Arca Continental.
- c) Retroalimentar a la administración sobre el contenido del Informe Anual de Responsabilidad Social y de Sustentabilidad de Arca Continental.
- d) Evaluar la efectividad de comunicaciones relacionadas con los programas y actividades en materia de sustentabilidad y responsabilidad social.
- e) Elaborar y proponer al Consejo de Administración modificaciones a las políticas a seguir en materia de sustentabilidad y de responsabilidad social.
- f) Dar seguimiento a los principales indicadores de sustentabilidad y responsabilidad social para evaluar su desempeño, lo cual permita su control y mejora.

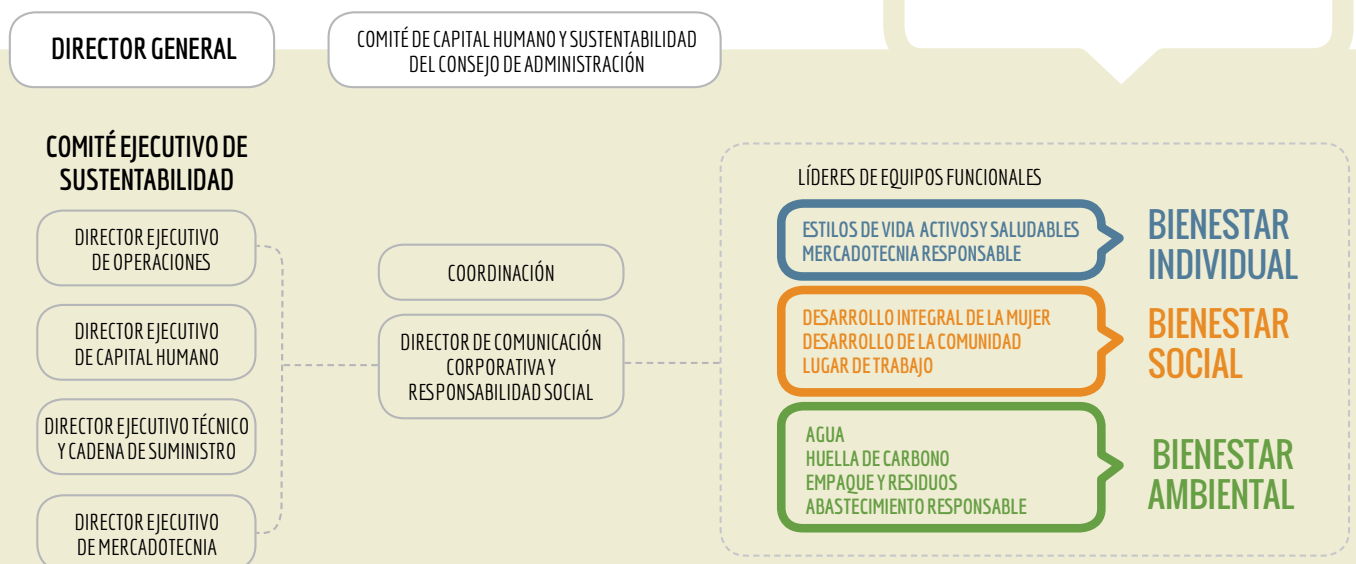
PARA CONOCER MÁS INFORMACIÓN DEL GOBIERNO CORPORATIVO VISITAR: <http://www.arcacontal.com/inversionistas/gobierno-corporativo.aspx>



## GESTIÓN DE LA SUSTENTABILIDAD

En Arca Continental todos los colaboradores contribuyen a lograr las metas de sustentabilidad. Nuestros compromisos por mejorar el bienestar de la persona, apoyar el desarrollo sustentable de las comunidades y proteger el medio ambiente tienen una estrecha relación con los valores de la empresa que se reflejan en procesos establecidos y estructuras organizativas.

Para desplegar estas decisiones a nivel operativo, en 2013 se constituyó el Comité Ejecutivo de Sustentabilidad, integrado por equipos funcionales para cada tema estratégico y un coordinador. Este Comité tiene la misión de homologar las políticas, objetivos, métricas y buenas prácticas en toda la organización en materia de sustentabilidad y responsabilidad social, así como generar e implementar un plan anual identificando metas para cumplir la Visión 2020.



# ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS

[G4-14]

IDENTIFICAR Y ADMINISTRAR ADECUADAMENTE LOS RIESGOS ES UN TEMA ESTRATÉGICO QUE NOS PERMITE EFICIENTAR LA OPERACIÓN, PREVENIR Y CONTROLAR CUALQUIER EVENTO INESPERADO DE ÍNDOLE ÉTICO, ECONÓMICO, SOCIAL Y AMBIENTAL.

## CONTROL DE RIESGOS

DISPONEMOS DE UNA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y PROCEDIMIENTOS QUE NOS PERMITEN IDENTIFICAR, EVALUAR, PRIORIZAR Y CONTROLAR LOS RIESGOS A LOS QUE ESTAMOS EXPUESTOS Y DECIDIR EN QUÉ MEDIDA ESTOS RIESGOS SON EVITADOS, ADMINISTRADOS Y CONTROLADOS.

La gestión de los riesgos está liderada a nivel Consejo de Administración por el Comité de Auditoría y Prácticas Societarias, el Director General de la empresa y una Coordinación de Comités de Riesgos cuya finalidad es mantener la continuidad del negocio y su sustentabilidad.

La Coordinación de Comités identifica los posibles riesgos operativos, reputacionales, financieros y de seguridad. Verifican que todos estos riesgos se encuentren atendidos por algún responsable dentro de la empresa y vigilan el cumplimiento con el procedimiento de atención establecido. Esta Coordinación presenta reportes periódicos al Comité de Auditoría y Prácticas Societarias.

A la fecha contamos con diversos programas que nos permiten evaluar y controlar los riesgos como son: buenas prácticas en manufactura, sistemas de gestión ambiental y seguridad, manejo de incidentes y resolución de crisis, auditorías con proveedores, seguridad en las instalaciones y cumplimiento legal.

SI DESEA PROFUNDIZAR Y CONOCER MÁS DE LOS RIESGOS IDENTIFICADOS POR UNIDAD DE NEGOCIO, CONSULTAR EL REPORTE ANUAL A LA BOLSA MEXICANA DE VALORES, PÁGINAS 22 A 29. PUEDE ENCONTRARLO EN:  
[http://www.arcacontal.com/media/136301/reporte\\_anual\\_bmv\\_ac\\_2012.pdf](http://www.arcacontal.com/media/136301/reporte_anual_bmv_ac_2012.pdf)



LA ÉTICA NORMA EL COMPORTAMIENTO FRENTE A TODOS NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS Y ES PARTE FUNDAMENTAL DE NUESTRO ACTUAR EN TODOS LOS ÁMBITOS DONDE OPERAMOS.

## CUMPLIMIENTO ÉTICO

[G4-56]

Nuestro Código de Ética es conocido por todo el personal de la empresa y responde a las condiciones globales de nuestro negocio, respetando la perspectiva de nuestros clientes, colaboradores, competencia, autoridades y demás grupos de interés.

Para dar a conocer el Código de Ética utilizamos diversas herramientas de comunicación entre las que destacan nuestra revista interna, tableros informativos, página de Internet y cursos para su difusión.

El Código de Ética parte del respeto a los valores de la empresa y el cumplimiento de las leyes y reglamentos vigentes en todos los países donde operamos. Entre sus objetivos destacan procesos y controles anticorrupción, el fomento al comercio justo, el apoyo a la transparencia y el fomento a la procuración de una sana relación entre nuestros colaboradores y todas las personas que entran en contacto con la empresa.

Otros lineamientos que definen nuestro actuar son los plasmados en el Código de Conducta Empresarial, que define cómo los empleados deben comportarse como representantes de la Compañía Coca-Cola, nuestras responsabilidades y las normas que nos orientan a actuar con integridad dentro y fuera de la empresa, conflictos de intereses, respeto a la competencia y apego a ley.

La responsabilidad y aplicación del Código de Ética radica en la Dirección de Auditoría, con el apoyo de la Dirección de Comunicación Corporativa y Responsabilidad Social y la

supervisión del Consejo de Administración. Existe un Comité de Ética y Cumplimiento para cada Unidad de Negocio, integrado por la Dirección de Zona o Ejecutiva que corresponda.

La empresa considera todos los informes de violaciones potenciales a los códigos. Para evidenciar conductas ajenas a los comportamientos que deseamos tengan las partes interesadas, existe un Buzón de Transparencia disponible las 24 horas del día, con modalidad telefónica y por vía electrónica en: <http://www.arcacontal.com/nuestra-compañia/buzón-de-transparencia.aspx>.

Durante el desarrollo de las investigaciones a las violaciones al código y se compromete a mantener la confidencialidad en todo el proceso, y se toman las decisiones sobre las medidas disciplinarias a considerar, que pueden ir desde llamadas de atención, suspensión de actividades sin goce de sueldo, no otorgamiento de gratificaciones por bonos e inclusive el despido absoluto de su puesto de trabajo. Si fuera el caso, cualquier colaborador que esté siendo investigado, tiene la oportunidad de ser escuchado antes de cualquier determinación final.

Para 2014 estableceremos un equipo de trabajo destinado a fomentar la difusión, conocimiento y cumplimiento del Código de Ética que habilite a los colaboradores y proveedores para aplicarlo en su actividad laboral, orientar su actuación en caso de dudas y animarlos a denunciar cualquier incumplimiento. También estableceremos mecanismos de evaluación e indicadores de medición y cumplimiento.



PARA EVIDENCIAR CONDUCTAS AJENAS A LOS COMPORTAMIENTOS QUE DESEAMOS TENGAN LAS PARTES INTERESADAS, EXISTE UN BUZÓN DE TRANSPARENCIA DISPONIBLE LAS 24 HORAS DEL DÍA CON MODALIDAD TELEFÓNICA Y POR VÍA ELECTRÓNICA EN:

<http://www.arcacontal.com/nuestra-compañia/buzón-de-transparencia.aspx>



# BIENESTAR INDIVIDUAL

NOS ENFOCAMOS A GENERAR MAYOR CONCIENCIA Y EMPRENDER ACCIONES ORIENTADAS A MEJORAR EL BIENESTAR DE LAS PERSONAS. PARA LOGRARLO PROMOVEMOS DIVERSAS ACTIVIDADES DEPORTIVAS, DIFUNDIMOS CONTENIDO EDUCATIVO ORIENTADO A UNA ADECUADA NUTRICIÓN E HIDRATACIÓN, Y PATROCINAMOS DIVERSOS EVENTOS DEPORTIVOS QUE PROMUEVEN ESTILOS DE VIDA ACTIVOS Y SALUDABLES.

A photograph of two women running on a green field. The woman on the left is wearing a white t-shirt with the Coca-Cola logo and black shorts. The woman on the right is wearing a red t-shirt with the Coca-Cola logo and black shorts. The background shows trees and a clear blue sky. Hand-drawn white callouts are overlaid on the image, containing text in Spanish. Arrows connect the callouts, showing a flow from 'Estilos de Vida Activos' to 'Mábitos Saludables', then to 'Bienestar Individual', and finally to 'Mercadotecnia Responsable'.

Estilos de Vida Activos

Mábitos Saludables

Bienestar Individual

Mercadotecnia Responsable



# Promoción de estilos de vida activos y saludables

[G4-SO1, FP4]

SOMOS UN IMPORTANTE IMPULSOR DEL DEPORTE. FOMENTAMOS ESTILOS DE VIDA ACTIVOS Y SALUDABLES MEDIANTE EL APOYO A PROGRAMAS DE ACTIVACIÓN FÍSICA Y EDUCACIÓN NUTRICIONAL.



## SALUD PARA APRENDER

Mediante este programa en Nuevo León, sede de la empresa, generamos alianzas con el sector público y privado para promover la salud integral de la comunidad escolar, específicamente con niños y niñas entre 6 y 12 años.

Este año continuamos con la difusión de material educativo relacionado al consumo de alimentos y bebidas. También participamos en el campamento de verano "Vacaciones Saludables"; con el fin de involucrar a padres de familia y a los mismos niños para que identifiquen su peso, estatura y cuenten con un diagnóstico médico y nutricional a fin de distinguir malos hábitos de consumo y frecuencia de actividad física.

Según información publicada por el Gobierno del Estado de Nuevo León, gracias a la participación de un millón de escolares y sus padres de familia, 48 mil maestros y directivos, y 2 mil tienditas escolares, del 2010 al 2012 se logró una reducción del 32.54% al 30.14% en el porcentaje de sobrepeso y obesidad en los alumnos de escuelas públicas del estado.

## ESCUELAS EN MOVIMIENTO

Es un programa que promueve estilos de vida activos a través de la construcción de espacios deportivos en escuelas públicas, para que niños y jóvenes tengan un lugar dónde jugar y ejercitarse. Hasta la fecha, 70 mil niños han sido beneficiados con este programa.

## PONTE AL 100

Entre nuestros colaboradores fomentamos el hábito del ejercicio y el balance alimenticio. Con el apoyo de la Comisión Nacional del Deporte (CONADE), Fundación Coca-Cola y la Fundación Movimiento es Salud, A.C., buscamos que el colaborador cuente con un programa personalizado de activación física y nutrición y se responsabilice de su propio bienestar mediante consejería de salud y nutricional, torneos deportivos internos y externos, recesos activos, beneficios en gimnasios privados y diversos incentivos.

## MARATÓN POWERADE

EN 2013 CELEBRAMOS CON GRAN ÉXITO LA OCTAVA EDICIÓN DEL MARATÓN POWERADE, CONSOLIDADO COMO UNO DE LOS MAYORES EVENTOS PROMOTORES DEL DEPORTE Y DE ESTILOS DE VIDA SALUDABLES EN LA CIUDAD DE MONTERREY, NUEVO LEÓN.

NUEVAMENTE ROMPIMOS EL RÉCORD DE INSCRIPCIONES, INCREMENTANDO LA PARTICIPACIÓN EN UN 12%, EQUIVALENTE A 4 MIL CORREDORES Y MIL 300 PARTICIPANTES EN EL MINI MARATÓN (4.2 KM).

SEGUIMOS REFRENDANDO NUESTRO COMPROMISO DE LLEVAR LOS BENEFICIOS DE SALUD A TODA LA POBLACIÓN A TRAVÉS DE LAS INSCRIPCIONES CON VALOR, CONCEPTO ENFOCADO A LA RECAUDACIÓN DE FONDOS PARA SEIS INSTITUCIONES LOCALES DE BENEFICENCIA Y QUE EN 2013 ALCANZARON LOS 628 MIL PESOS, 21% MÁS QUE EL AÑO PASADO.







[FP4]

## DALE JUGUEMOS

Dentro de los territorios que atendemos en Argentina, buscamos promover la actividad física en los recreos escolares mediante la entrega de materiales deportivos y brindar capacitación a los docentes en temas relacionados a nutrición y educación física. Desde su fundación en 2008 han participado 530 mil niños y 13 mil 590 docentes de mil 396 escuelas públicas de todo el país.

## MOVESE ES FELICIDAD

En la Campaña "Felicidad es moverse, moverse es felicidad", se realizaron diversas actividades en las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca y Ambato con la finalidad de comunicar la importancia del movimiento en la vida cotidiana, la felicidad que esta acción proporciona y sensibilizar a los consumidores sobre los beneficios de llevar un estilo de vida activo y saludable. Totalizamos más de 46,600 contactos en 4 meses del año.

## APÚNTATE A JUGAR

En 2013 nos sumamos a la iniciativa de "Apúntate a Jugar", programa desarrollado por la Compañía Coca-Cola en Ecuador para incentivar la actividad física y adecuada nutrición en los niños y niñas en sus primeros años de escolaridad. Al cierre del año beneficiamos a más de 2,700 escolares.

## BAILA FANTA

Esta iniciativa argentina busca incentivar el bienestar y el sano esparcimiento por medio del baile. A la fecha se han beneficiado a más de 1,200 niños. Durante el concurso se invita al reciclaje de tapitas de envases a beneficio del Hospital de Pediatría Garrahan.

Y al igual que otros programas que Arca Continental desarrolla en Argentina, fue declarado de interés educativo por el Ministerio de Educación de la Nación.

**+1.3 millones**  
PERSONAS ACTIVADAS

## COPA COCA-COLA

CONSIDERADO EL TORNEO INTERSECUNDARIAS MÁS IMPORTANTE DE MÉXICO, CONTINUÓ ACTIVANDO A MILES DE JÓVENES EN ESTE PAÍS, ADEMÁS DE ECUADOR Y ARGENTINA, PROMOVIERO TAMBIÉN LA SANA COMPETENCIA Y EL TRABAJO EN EQUIPO. EN 2013, PARTICIPARON MÁS DE 2,600 EQUIPOS PROVENIENTES DE LOS TERRITORIOS QUE ATENDEMOS EN MÉXICO, UN 57% DEL TOTAL DE ESCUADRAS PARTICIPANTES.



## NÚMERO DE EVENTOS DEPORTIVOS ORGANIZADOS Y PATROCINADOS



# Mercadotecnia Responsable

[G4-SO1, FP4]

EN NUESTROS EMPAQUES Y ETIQUETAS OFRECEMOS INFORMACIÓN RELEVANTE PARA QUE LOS CONSUMIDORES TOMEN UNA DECISIÓN INFORMADA ACERCA DE SU CONSUMO.

## PUBLICIDAD RESPONSABLE

Nuestra empresa siempre ha tenido el compromiso de comercializar sus productos de manera responsable. Antes de cualquier exigencia por parte de las autoridades, establecimos la política de no dirigir mensajes publicitarios o información comercial a niños menores de 12 años por ningún medio de comunicación y tampoco en nuestros productos. Cumplimos al 100% el compromiso de no destinar ningún recurso económico para comunicaciones y/o publicidad dirigida a menores de 12 años.

## CÓDIGO PABI

Acorde con los lineamientos de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y mostrando nuestro compromiso con la salud de los niños, en Arca Continental adoptamos desde hace seis años el Código de Autorregulación de Publicidad de Alimentos y Bebidas No Alcohólicas dirigido al Público Infantil (Código PABI), buscando la promoción de estilos de vida saludables.

## POLÍTICA DE VENTAS EN ESCUELAS

También garantizamos el cumplimiento de nuestra política de ventas en escuelas, respetando el derecho de los padres y/o tutores a decidir sobre el consumo de sus hijos, no ofrecemos nuestros productos de manera proactiva ni desarrollamos planes de comercialización para las aulas.

PARA CONOCER LOS LINEAMIENTOS ESPECÍFICOS PARA LA EMISIÓN DE PUBLICIDAD PUEDES CONSULTAR:  
[http://www.promocion.salud.gob.mx/dgps/descargas1/programas/codigo\\_pabi.pdf](http://www.promocion.salud.gob.mx/dgps/descargas1/programas/codigo_pabi.pdf)





WWW.EQUILIBRATE.ORG.MX

## CULTURA DE LA SALUD

COMO PARTE DE NUESTROS ESFUERZOS DE MARKETING RESPONSABLE, EN CONJUNTO CON NUESTROS SOCIOS DE LA INDUSTRIA EMBOTELLADORA Y DE CONSUMO EN MÉXICO, PARTICIPAMOS EN CAMPAÑAS QUE PROMUEVEN UNA DIETA BALANCEADA, EL EJERCICIO Y LA CONSULTA DE LAS ETIQUETAS PARA TOMAR DECISIONES INFORMADAS, COMO CONÓCETE, EQUILÍBRATE Y ACTÍVATE, DE LA ANPRAC, Y CHECA Y ELIGE, DE CONMÉXICO.



WWW.CHECAYELIGE.MX

[G4-PR3]

## ETIQUETADO DE PRODUCTO

En Arca Continental mantenemos el compromiso con nuestros consumidores, y para maximizar su bienestar mostramos la información nutricional de nuestros productos de forma clara y transparente como instrumento idóneo para la protección de su salud y para contribuir a su capacidad de elección en todos los territorios donde operamos.

En este sentido incluimos en las etiquetas las Guías Diarias de Alimentación (GDA's), gráficas sencillas sobre el contenido de calorías, azúcares, grasas y sodio de cada bebida. También incluye los porcentajes de consumo recomendado de estos ingredientes en base a una dieta de 2 mil calorías por día.

## OPCIONES PARA CADA ESTILO DE VIDA

En Arca Continental mantenemos la promesa de satisfacer las necesidades y preferencias de nuestros consumidores de acuerdo a cada estilo de vida y preferencia de consumo.

Actualmente estamos promoviendo presentaciones de bebidas y botanas con menor contenido, con el fin de reducir la ingesta calórica y cuidar la salud de los consumidores.

### UNA PORCIÓN DE 365 ML. APORTA:



## AMPLIO PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

NUESTRO PORTAFOLIO INTEGRA MARCAS PROPIEDAD DE LA COMPAÑÍA COCA-COLA, ENTRE LAS QUE SE ENCUENTRAN PRODUCTOS COMO EL AGUA, AGUA SABORIZADA, TÉS, JUGOS, BEBIDAS ENERGÉTICAS, ISOTÓNICOS, BEBIDAS ADICIONADAS, CAFÉ Y REFRESCOS CARBONATADOS, ASÍ COMO ALTERNATIVAS BAJAS O SIN CALORÍAS.

EN EL RAMO DE BOTANAS OFRECEMOS VARIEDAD DE PRESENTACIONES, SALSAS Y DULCES PRODUCIDAS POR BOKADOS EN MÉXICO, WISE EN ESTADOS UNIDOS E INALECSA EN ECUADOR.

# BIENESTAR SOCIAL

TENEMOS EL PROPÓSITO DE INTEGRAR LOS DESAFÍOS QUE ENFRENTA LA COMUNIDAD MEDIANTE LA IMPLEMENTACIÓN DE PROYECTOS QUE CONTRIBUYAN A SU DESARROLLO SUSTENTABLE Y MEJOREN SU CALIDAD DE VIDA PERSONAL Y COMUNITARIA. PARA LOGRARLO GENERAMOS EMPLEOS DIRECTOS E INDIRECTOS, APOYOS PARA EL EMPODERAMIENTO DE LA MUJER, ACCIONES DE VOLUNTARIADO Y VARIEDAD DE APOYOS A ORGANIZACIONES LOCALES ESPECIALIZADAS.

Lugar de Trabajo

Desarrollo de la Mujer

Bienestar Social

Cadena de Valor

Contribución a la Comunidad





Coca-Cola

VOLUNT

  
ARCACONTINENTAL

# Lugar de Trabajo

NUESTROS COLABORADORES IMPULSAN EL ÉXITO Y LA SUSTENTABILIDAD DE LA EMPRESA CON SU TALENTO, PARTICIPACIÓN Y ENTREGA. BUSCAMOS OFRECERLES EL MEJOR LUGAR PARA TRABAJAR EN UN AMBIENTE SEGURO, INCLUYENTE Y QUE LES PERMITA UN DESARROLLO HUMANO Y PROFESIONAL.

## UN MEJOR LUGAR PARA TRABAJAR

Una metodología que nos orienta a impulsar mejores centros de trabajo es el modelo **Great Place to Work** (GPTW), que evalúa el clima laboral en términos de respeto, imparcialidad, credibilidad, orgullo y compañerismo.

Hemos implementado este modelo en todas nuestras operaciones y en 2012 IPASA fue considerada entre las Mejores Empresas para Trabajar en México. Durante el año 2013 Arca Continental y Bebidas Mundiales fueron reconocidas como un Lugar de Trabajo Certificado en la categoría de más de 5,000 colaboradores. También se suman como un Lugar de Trabajo Certificado la zona Centro, Tamaulipas, Pacífico Sur, Pacífico Norte, Chihuahua, Coahuila y Nuevo León.





En Arca Continental nuestros colaboradores, motor de nuestro éxito, son los principales responsables de los buenos resultados de la empresa. por ello, buscamos crear un ambiente de trabajo donde puedan desarrollarse integralmente. Nuestra filosofía empresarial considera al colaborador como el principal valor de la compañía. Desde nuestros orígenes hasta el día de hoy nos hemos comprometido con su bienestar integral ofreciéndoles mejores oportunidades de desarrollo profesional y un ambiente laboral sano y respetuoso.

Tenemos claro que nuestras acciones en materia de calidad de vida en la empresa deben partir del apego a los derechos humanos y la búsqueda continua de éxito y crecimiento integral, en miras a mejorar la productividad y la eficiencia organizacional.

COMO GARANTÍA INDIVIDUAL FUNDAMENTAL, RESPETAMOS EL DERECHO DE ASOCIACIÓN DE TODOS NUESTROS COLABORADORES, PROMOVRIENDO LA PARTICIPACIÓN CORRESPONSABLE DE SINDICATOS Y ORGANIZACIONES LABORALES.

NUESTRO CAPITAL HUMANO

[G4-10, LA1]

39,273

COLABORADORES



31,590

2,265

4,491

927

9.32%

ROTACIÓN (BEBIDAS MÉXICO)

35.6 años

EDAD PROMEDIO PONDERADO EMPLEADOS ARCA CONTINENTAL





IMPULSAMOS EL DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO, ASÍ COMO UNA CULTURA DE EXCELENCIA Y MEJORA CONTINUA A TRAVÉS DE PROGRAMAS QUE FOMENTAN LA PARTICIPACIÓN DE LOS COLABORADORES EN PROYECTOS DE INNOVACIÓN.

[G4-LA10]

## ADMINISTRACIÓN PARTICIPATIVA Y EXCELENCIA OPERACIONAL

Los programas de Administración Participativa y Excelencia Operacional consisten en la conformación y capacitación de equipos de trabajo integrados por colaboradores, con la finalidad de diseñar y/o proponer prácticas o procesos de mejora innovadores y monitorear los resultados. Al inicio de cada año se conforman los equipos por planta, se les brinda capacitación, se definen metas claras y plazos de cumplimiento. Al cierre del año se reconocen las iniciativas, los equipos y los logros obtenidos a nivel planta y también a nivel mundial.

Son seis las temáticas donde los colaboradores por medio de los equipos de mejora determinan metas, objetivos y métricas de cumplimiento: productividad, control de los costos y gastos, calidad, seguridad, indicadores ambientales e indicadores de desarrollo del personal.

En 2013 estas prácticas se replicaron en Ecuador y Argentina, así como en el negocio de Leche Santa Clara y en algunos centros de distribución. También resultó muy positiva la publicación en medios de comunicación internos de las metas de cada planta, las prácticas implementadas y los avances logrados por cada una, lo cual nos ha permitido contar con un análisis comparativo de desempeño e identificar las mejores prácticas para posteriormente replicarlas.

En 2014 continuaremos el despliegue de Excelencia Operacional para cubrir a todas las plantas de México e iniciar con las operaciones en Ecuador y Corporativo.



EN 2013 LA PLANTA CULIACÁN –PRODUCTORA DE BEBIDAS EN MÉXICO- SE CONVIRTIÓ EN LA PRIMERA OPERACIÓN DEL SISTEMA COCA-COLA A NIVEL MUNDIAL CERTIFICADA COMO CENTRO DE REFERENCIA DE EXCELENCIA OPERACIONAL, LO CUAL NOS LLENA DE ORGULLO Y SIGNIFICA UN GRAN COMPROMISO PARA SEGUIR A LA VANGUARDIA EN LAS INDUSTRIAS EN LAS QUE PARTICIPAMOS.



# 10,822 cursos de capacitación impartidos

[G4-LA10]

## CAPACITACIÓN Y DESARROLLO

Los retos del futuro demandan innovación y anticipación a las necesidades de la organización, por ello nuestros programas de capacitación están orientados a la actualización constante de conocimientos y al desarrollo de habilidades que constituyen un factor clave de competitividad y crecimiento de nuestra gente.

En el nivel ejecutivo, la maestría Arca Continental sigue dotando a los colaboradores de competencias clave para el negocio y les provee de diversos módulos de formación como son: enfoque a la calidad, trabajo en equipo, orientación al cliente, cadena de suministro, administración de proyectos, desarrollo de capital humano, ética y responsabilidad social, entre otras temáticas. Al cierre del 2013, 22 colaboradores de la tercera generación culminaron sus estudios y para el año 2014 está previsto que ingresen 50 ejecutivos que integrarán la 4ª y 5ª generación.

También mantuvimos nuestro programa de becas para colaboradores que desean estudiar una maestría o alguna especialización, como parte de su desarrollo profesional.

La oferta de formación se enriquece mediante la plataforma e-learning, permitiendo que colaboradores de otras partes de Latinoamérica cuenten con una oferta de capacitación e intercambio de experiencias que en el periodo reportó beneficiar a 3 mil 798 usuarios activos en un programa de 10.5 horas.

Otro programa de desarrollo profesional para los colaboradores de Ecuador fue "Educar", que brinda a los colaboradores la posibilidad de obtener su título de bachiller.

LA GESTIÓN DEL CAPITAL HUMANO COMO UNA VENTAJA COMPETITIVA PARA LA ORGANIZACIÓN IMPULSA EL DESARROLLO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE CAPACITACIÓN Y DESARROLLO DEL TALENTO, CONSIDERANDO TANTO LOS REQUERIMIENTOS ACTUALES Y FUTUROS DE LA EMPRESA, COMO LAS EXPECTATIVAS Y NECESIDADES DE LOS COLABORADORES.



[G4-LA9]

CATEGORÍA LABORAL	NÚMERO DE EMPLEADOS CAPACITADOS	NÚMERO DE HORAS DE CAPACITACIÓN IMPARTIDAS
PERSONAL OPERATIVO (PRODUCCIÓN / DISTRIBUCIÓN / FUERZA DE VENTAS)	21,209	431,590
PERSONAL ADMINISTRATIVO	10,998	375,071
GERENTE / SUBDIRECTORES	185	6,046.5
OTROS NIVELES	224	4,060

EN 2013 SE IMPARTIERON 816 MIL HORAS DE CAPACITACIÓN BENEFICIANDO A 32 MIL 616 COLABORADORES EN MÉXICO, ECUADOR Y ARGENTINA.

# 17 plantas

CERTIFICADAS EN OHSAS 18001

[G4-LA11]

BUSCAMOS OFRECER A NUESTROS COLABORADORES UN ENTORNO LABORAL SEGURO Y SALUDABLE. AL 2013 HEMOS CERTIFICADO 17 DE NUESTRAS PLANTAS CON LA NORMA DE SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL OHSAS 18001.

## EVALUACIÓN DEL PERSONAL

Aplicamos múltiples herramientas para medir el desempeño de los colaboradores, evaluamos sus competencias y, en base a los resultados, diseñamos programas de capacitación, ascensos y planes carrera.

Adicionalmente, realizamos una evaluación para medir el cumplimiento de objetivos establecidos a nivel personal y a nivel empresa, con el fin de determinar áreas de oportunidad y establecer acciones que coadyuven al logro de los mismos.

## OPERACIONES SEGURAS Y SALUDABLES

Generar un buen lugar para trabajar implica mantener centros de trabajo seguros y saludables. Contamos con un sistema de gestión que cumple con la legislación de cada país y nos permite identificar, reducir y controlar los riesgos a la salud y seguridad de los colaboradores.

Nuestras operaciones aplican la norma OHSAS 18001 y al año 2013 contamos con 17 plantas certificadas. Éste y otros métodos utilizados, como el Sistema de Seguridad y Salud Ocupacional (SSO) y el de Manejo de Incidentes y Resolución de Crisis (MIRC), nos permiten contar en cada planta y centro de distribución con una estructura organizacional y planes de formación dedicados a este tema.

Contamos con varios programas de formación, prevención y control de riesgos asociados a enfermedades graves y a los contextos de salud que son relevantes para las operaciones. En el tema de salud hemos hecho recomendaciones en relación a la promoción de hábitos saludables, la importancia de seguir una dieta equilibrada con una adecuada hidratación y la práctica habitual de ejercicio físico.

A nivel de salud laboral, organizamos diversas campañas de medicina preventiva, agudeza visual y auditiva, vacunación contra tétanos, influenza y hepatitis. Se ofrecen chequeos médicos y pláticas para prevenir enfermedades como diabetes, obesidad, enfermedades cardíacas y cáncer.

## SEGURIDAD

TASA DE TIEMPO PERDIDO POR INCIDENTES (LTIR)



NUESTROS CENTROS DE TRABAJO CUENTAN CON COMISIONES MIXTAS DE SEGURIDAD E HIGIENE, INTEGRADAS 50% POR PERSONAL SINDICALIZADO Y 50% POR PERSONAL NO SINDICALIZADO QUE, EN CONJUNTO, PARTICIPAN EN LOS PROGRAMAS DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO.





APOYAMOS EL BIENESTAR INTEGRAL DE LOS COLABORADORES CON UNA POLÍTICA SALARIAL TRANSPARENTE Y BENEFICIOS SUPERIORES A LOS DE LA LEGISLACIÓN VIGENTE, LO QUE RESULTA EN UNA RETRIBUCIÓN SUPERIOR AL PROMEDIO DE LA INDUSTRIA, ADEMÁS DE PLANES DE SALUD, CAPACITACIÓN Y DESARROLLO LABORAL.

## PROGRAMA ESCALAR

En Ecuador implementamos "Escalar", programa que incentiva al crecimiento y desarrollo profesional de los colaboradores, y los prepara para potenciales ascensos y planes de sucesión. En 2013 se lograron 259 ascensos y se establecieron planes de carrera en diferentes áreas.

## TU SALUD PESA MÁS

Durante el 2013 se realizó en la localidad de Quito, Ecuador, el lanzamiento de este programa piloto que busca promover un estilo de vida activo y saludable entre los colaboradores e incidir de forma positiva en su control de peso, combate a enfermedades crónico-degenerativas, planes de dieta y brindar opciones deportivas. Hemos logrado un plan de dieta para 26 colaboradores y más de 230 personas activándose en carreras de atletismo, bailoterapia y pausas activas.



[G4-LA2]

## BENEFICIOS Y PRESTACIONES

En Arca Continental el Modelo del Sistema Integral de Compensaciones busca el balance entre las responsabilidades, mercado y persona que dan como resultado la equidad, competitividad y el desempeño de nuestros colaboradores, con el fin de lograr una relación laboral justa y equitativa que facilite el logro de nuestros objetivos.

Las prestaciones que brindamos a nuestros colaboradores son superiores a la ley y competitivas en el mercado: aguinaldo, prima vacacional, días de vacaciones, días festivos, despensa, fondo de ahorro, subsidio por incapacidad, bonos por desempeño y productividad, reconocimientos por antigüedad, plan de ahorro y contribución definida; además de un seguro de vida y algunas otras más prestaciones que se otorgan para apoyo en las funciones.

También cada colaborador dispone de permisos por maternidad y paternidad, cuidado de niños ante situaciones de enfermedad y en algunas áreas y zonas de trabajo se dispone de horarios de trabajo flexibles que buscan conciliar la vida personal y profesional.

[G4-EC3]

En lo que se refiere al plan de pensiones, contamos con un programa denominado Plan de Ahorro y Formación de Patrimonio que consiste en aportaciones hechas por el colaborador y que la empresa iguala. Estas aportaciones varían entre un 1% hasta un 6% del salario, en función de la antigüedad e ingreso del colaborador.

## CALIDAD DE VIDA DE LOS COLABORADORES

Durante el 2013 impulsamos el despliegue de programas dirigidos a promover el desarrollo integral de nuestros colaboradores y sus familias.

### + SALUD Y ACTIVACIÓN FÍSICA

En el tema de salud y promoción de la actividad física realizamos en nuestros centros de trabajo eventos como “Semana de la Salud” y “Semana de la Seguridad”, donde incluimos campañas de vacunación, revisiones médicas, y más de 634 torneos deportivos. También, programas dirigidos a nuestros colaboradores en temas de hábitos saludables de alimentación, como “Quítate un peso de encima”, “Perder para Ganar” y “Ponte al 100”. Además, destaca la organización de más de 600 torneos deportivos organizados para nuestros colaboradores.

### 🌿 MEDIO AMBIENTE Y DESASTRES NATURALES

Para comunicar nuestro desempeño en materia ambiental y de cuidado al entorno, además de promover entre los colaboradores y sus familias realizar acciones y prácticas a favor de la preservación de nuestro planeta, llevamos a cabo eventos como el Día Anual de la Sustentabilidad, que entre otras acciones incluye actividades de reforestación, de reciclaje y de conciencia ecológica y preservación de recursos. También, nos unimos a iniciativas globales como La Hora del Planeta y Día Mundial del Árbol, entre otros. Ante desastres naturales, brindamos ayuda a damnificados de las comunidades que fueron afectadas por las tormentas Ingrid y Manuel en Sinaloa.

### 📖 CULTURA

Organizamos también para nuestros colaboradores y sus familias actividades culturales y recreativas con el fin de brindar momentos de esparcimiento y de convivencia, entre ellos Campamentos de verano, y Taller de Manualidades.

### 🎓 EDUCACIÓN

Brindamos apoyo a nuestros colaboradores que desean superarse y culminar su bachillerato a través de apoyos económicos o bien, incorporándolos a programas de Educación para Adultos. También, reconocemos el esfuerzo de los hijos de nuestros colaboradores que destacan académicamente con becas por su alto desempeño escolar, como el programa “La Corcholata de Honor”.

## DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

Buscamos una actitud positiva hacia la diversidad en un ambiente laboral basado en la igualdad de oportunidades independientemente del género, nacionalidad, edad, origen, religión u orientación sexual.

Nuestra filosofía es reconocer el talento y la capacidad de todos los colaboradores para generar un entorno profesional que les permita progresar en sus vidas y contribuir al desarrollo del negocio.

La promoción de la mujer es una de nuestras prioridades. En los territorios en los que operamos, promovemos y brindamos igualdad de oportunidades para que más mujeres ocupen posiciones clave de la compañía y en la plantilla laboral.

## INCLUSIÓN DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

Estamos a favor de la diversidad y la igualdad de oportunidades. Somos socios fundadores del “Movimiento Congruencia” asociación que promueve entre las empresas la incorporación socio-laboral con personas con discapacidad.

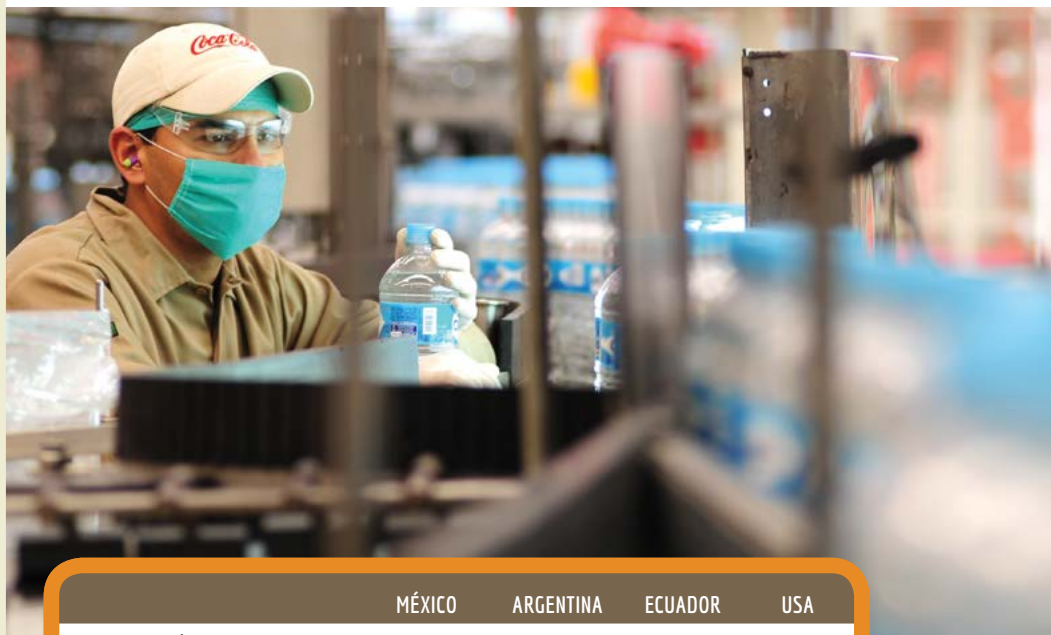
En 2013 llevamos a cabo un programa piloto para incorporar colaboradores con discapacidad motriz en nuestro Centro de Contacto telefónico, en México.

El programa nos ha permitido evaluar la accesibilidad de las instalaciones, y modificar los accesos e instalaciones. También hemos trabajado en la definición de un proceso de reclutamiento, definiendo perfiles de puesto y parámetros de evaluación de competencias. Con el apoyo de una asociación especializada se impartieron pláticas de sensibilización a 180 compañeros de trabajo. Puestas las bases, creemos que el reto para los próximos años es seguir incorporando a las filas del centro de atención telefónica a más personas con discapacidad.

[G4-10, G4-11]

## LIBERTAD DE ASOCIACIÓN

En Arca Continental respetamos el derecho del colaborador a la libre asociación y negociación colectiva. Actualmente, de los 39 mil 273 colaboradores, un 56.1% está sindicalizado, ya sea como empleado de planta o eventual.



	MÉXICO	ARGENTINA	ECUADOR	USA
% POR NACIÓN	61.71%	78.50%	4.10%	64.40%
TOTAL SINDICALIZADOS	19,496	1,780	188	597
TOTAL COLABORADORES	31,590	2,265	4,491	927



OFRECEMOS A LOS COLABORADORES UN ENTORNO DE ESTRICTO RESPETO A LAS GARANTÍAS INDIVIDUALES, ALINEADOS CON LOS PRINCIPIOS DE LA DECLARACIÓN UNIVERSAL DE LOS DERECHOS HUMANOS, LA DECLARACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO SOBRE PRINCIPIOS Y DERECHOS FUNDAMENTALES EN EL TRABAJO Y EL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS.

[G4-HR12]

## DERECHOS HUMANOS

Realizamos nuestras operaciones bajo normas éticas y de negocio que respetan los derechos humanos, civiles, políticos, económicos, sociales y culturales de las personas. Ofrecemos a nuestros colaboradores y demás audiencias clave un entorno de respeto mutuo, libre de toda forma de hostigamiento y discriminación.

Estos y otros principios parten de los lineamientos que establece la Compañía Coca-Cola en la Política de Derechos en el Lugar de Trabajo; la cual está basada en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo sobre Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas. A través de esta política nos comprometemos a promover lugares de trabajo abiertos e incluyentes, así como a valorar y motivar a todos los colaboradores a respetar estos preceptos:

- Libertad de asociación y negociación colectiva.
- Prohibición del uso de cualquier forma de trabajo forzado.
- Prohibición de cualquier tipo de contratación infantil.
- Erradicar la discriminación laboral y fomentar la igualdad de oportunidades.
- Cumplir con las leyes en materia de sueldos, horarios de trabajo, horas extra y beneficios.
- Proporcionar un lugar de trabajo seguro y saludable.
- Mantener la seguridad en el lugar de trabajo, garantizando que no se produzcan casos de violencia, acoso o intimidación.
- Mantener cordial relación con las comunidades en los territorios donde se opera y establecer relaciones de diálogo.

A los colaboradores, proveedores y demás socios del negocio se les anima a plantear sus dudas, problemas o situaciones relacionadas a temas éticos, de conducta y derechos humanos, con la seguridad y confianza que no existirá ningún tipo de represalias por denunciar faltas de conducta o violaciones a sus derechos humanos o situaciones éticas. Estos medios están disponibles las 24 horas del día y los 365 días del año.

El área de Auditoría se encarga de la distribución de las quejas recibidas enviándolas a las áreas responsables de su atención, una vez que son atendidas reciben las respuestas de cada área con las que se realizan informes de casos atendidos. En 2013, recibimos cerca de 400 solicitudes de atención provenientes de México, Ecuador y Argentina.



ARCA CONTINENTAL RECIBE LAS PREGUNTAS Y PREOCUPACIONES POR DIFERENTES MEDIOS, DISPONIBLES EN DOS IDIOMAS. TENEMOS MEDIOS ESPECIALIZADOS COMO ES EL BUZÓN DE TRANSPARENCIA, LÍNEA GRATUITA 01800 0002722 PARA MÉXICO, (0-800) 444 1262 EN ARGENTINA Y (02) 297 3801 EN ECUADOR Y EL CORREO ELECTRÓNICO:

[buzondetransparencia@arcacontal.com](mailto:buzondetransparencia@arcacontal.com)



# Empoderamiento a la mujer

[G4-S01]

ANTE EL ROL PRIMORDIAL QUE JUEGAN LAS MUJERES EN NUESTRAS COMUNIDADES, COMPARTIMOS LA META DE LA VISIÓN 2020 DE LA COMPAÑÍA COCA-COLA PARA EL EMPODERAMIENTO DE 5 MILLONES DE MUJERES A NIVEL GLOBAL PARA EL 2020, A TRAVÉS DE DIFERENTES PROGRAMAS.

## POTENCIA MÉXICO

Este programa busca empoderar a la mujer y mejorar su estilo de vida mediante la formación y el desarrollo de habilidades técnicas que le permitan emprender, administrar e impulsar su negocio.

Contamos con dos programas de formación: “Mi Negocio” y “Mi Primer Empleo” “Mi Negocio” es un curso de 80 horas donde se capacita a mujeres dueñas de tiendas de abarrotes y misceláneos en temas de administración, exhibición, nuevos productos y atención al cliente.

“Mi Primer Empleo” está dirigido a jóvenes que por diversas circunstancias no tienen acceso a la educación ni a empleos dignos, por lo que se les brinda formación para que emprendan su propio negocio o mejoren sus posibilidades de conseguir un empleo digno.

Al cierre del 2013 se formaron 16 grupos del curso “Mi Negocio” y 11 grupos de “Mi primer empleo”, capacitando a cerca de 500 personas, de las cuales aproximadamente 400 de ellas fueron mujeres.

## PROGRAMA AULA MÓVIL Y SIGLO XXI

En la constante búsqueda por agregar valor a nuestros clientes y apoyar en la modernización y competitividad del comercio detallista en el canal tradicional, contamos con las iniciativas “Aula Móvil” y “Siglo XXI”, que además de invertir en la mejora de sus locales comerciales, ofrece de manera gratuita elementos de formación a los dueños de misceláneas, tienditas y negocios de abarrotes. En 2013 “Aula Móvil” benefició a 5,865 detallistas, de los cuales 3,208 fueron mujeres.

4 mil 705

MUJERES CAPACITADAS Y APOYADAS EN EL EMPRENDURISMO DE SU NEGOCIO A TRAVÉS DE POTENCIA MÉXICO, SIGLO XXI Y AULA MÓVIL.





CON EL PROYECTO "SIGLO XXI" APOYAMOS A MÁS DE 1,100 MUJERES A EXPANDIR SU POTENCIAL EN LA PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS EN ANAQUEL, MATERIAL PROMOCIONAL, PINTURA, CAPACITACIÓN Y HERRAMIENTAS PARA AUMENTAR EL TRÁFICO DE CONSUMIDORES HACIA SU NEGOCIO.

**+21%**

MUJERES DETALLISTAS APOYADAS EN AULA MÓVIL



**ANSPAC ARCA CONTINENTAL**  
DESARROLLO HUMANO Y FORMACIÓN INTEGRAL PARA LA MUJER

**26**

AÑOS DE EXISTENCIA

**1,350**

PARTICIPANTES EN 2013

**28**

GRUPOS DE TRABAJO



**ANSPAC**

Mediante la Asociación Nacional Pro Superación Personal A.C. (ANSPAC), promovemos entre las madres, esposas e hijas de nuestros colaboradores, valores y virtudes que buscan su desarrollo integral y la unión familiar. De la misma manera, les brindamos diversos talleres y cursos que les proporcionan herramientas para enfrentar problemas de manera positiva, destrezas que impulsen su creatividad y habilidades para mejorar la economía familiar. Al 2013 contamos con 28 unidades ANSPAC beneficiando a mil 350 mujeres de México y Ecuador.



# Contribución a la Comunidad

[G4-S01]

CON LA CONVICCIÓN DE QUE LA SUSTENTABILIDAD DEL NEGOCIO ESTÁ EN FUNCIÓN DEL BIENESTAR DE LA SOCIEDAD A LA QUE SERVIMOS, CONTINUAMOS DESPLEGANDO DIVERSOS PROGRAMAS ORIENTADOS A PROMOVER EL DESARROLLO INTEGRAL DE LAS COMUNIDADES ALEDAÑAS A NUESTRAS OPERACIONES, PROCURANDO INCORPORAR EN ESTAS ACCIONES A LOS COLABORADORES Y A LA PROPIA COMUNIDAD, EN UNA ACTITUD DE CORRESPONSABILIDAD Y DE VALOR COMPARTIDO.



## PROGRAMA DE VOLUNTARIADO VOLAR

Capitalizando la generosidad inherente de los colaboradores, instituímos desde hace varios años el Programa VOLAR, que les ofrece la oportunidad de realizar donativos que la empresa iguala, y decidir a través de comités locales hacia qué proyecto o institución dirigirlos. En 2013 formalizamos los Comités VOLAR en nuestras operaciones de Bebidas México Occidente y Ecuador.

## DÍA ANUAL DEL VOLUNTARIADO

Más de 7 mil colaboradores, sus familias y miembros de la comunidad apoyaron con su tiempo y trabajo en actividades de limpieza, pintura, reforestación, y rehabilitación de 14 escuelas y 15 parques públicos, además de limpiar 28 kilómetros de riberas y playas, recolectando 18 toneladas de basura.





## UN TECHO PARA MI PAÍS

EN ECUADOR, VOLUNTARIOS DE LAS LOCALIDADES DE CALDERÓN Y QUITO SUR, REALIZARON LA CONSTRUCCIÓN DE UNA CASA EN BENEFICIO DE LA COMUNIDAD LOCAL.



# 7 mil voluntarios

15% MÁS DE PARTICIPACIÓN RESPECTO A 2012

### OTRAS ACCIONES DE VOLUNTARIADO:

- **Reforestación en Guayaquil:** 325 árboles plantados en el bosque de Cerro Blanco.
- **Reforestación Papallacta:** 1,680 árboles en diferentes sectores de Papallacta.
- **Operación Sonrisa:** iniciativa que busca ayudar a niños con deformaciones en el paladar y con labio leporino, mediante apoyos en sus procesos de recuperación y temas administrativos. La empresa realiza una aportación anual, dona producto y adquiere pijamas y cobijas para los pequeños. Operación Sonrisa lleva 15 años en 39 ciudades del Ecuador y ha realizado más de 10 mil cirugías.
- **Rehabilitación Escuela:** actividad de rehabilitación en la Unidad Educativa Metropolitano.

# 31 mil horas - hombre

INVERTIDAS EN VOLUNTARIADO



## NAVIDAD CON SENTIDO

Llevamos alegría en vísperas navideñas a niños de comunidades de escasos recursos. 3,500 colaboradores y sus familias participaron en la donación de más de 12 mil juguetes, beneficiando a más de 12 mil niños, logrando incrementar la aportación un 20% más en comparación con el año pasado.

ACOMPAÑANDO EL CRECIMIENTO SOSTENIDO DE LA EMPRESA DE LA ÚLTIMA DÉCADA, LAS POLÍTICAS Y BUENAS PRÁCTICAS EN MATERIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SUSTENTABILIDAD, COMO EL VOLUNTARIADO, SE HAN EXPANDIDO A LOS TERRITORIOS QUE SE HAN INTEGRADO A LA EMPRESA, FOMENTANDO UNA IDENTIDAD CULTURAL DE LOS COLABORADORES EN BENEFICIO DE LA COMUNIDAD.

## LIMPIEZA DE CUERPOS DE AGUA

Con el compromiso de aportar a la conservación de este Patrimonio Natural de la Humanidad, en 2013 en conjunto con Fundación Coca-Cola Ecuador y Fundación Galápagos, recuperamos más de 6 toneladas de desechos sólidos e incentivamos la limpieza submarina en aproximadamente 20 kilómetros de costa.

Otro esfuerzo de limpieza es el realizado por los colaboradores de Planta Salta, en Argentina, que en conjunto con el municipio de Coronel Moldes, limpiaron el dique Cabra Corral, recuperando 20 toneladas de basura que estaban contaminando las aguas.

## APRENDER A EMPRENDER EN EL MEDIO AMBIENTE

Desde hace 6 años en conjunto con la organización Junior Achievement y Fundación Coca-Cola Ecuador, sensibilizamos a niños de educación básica en Ecuador para generar conciencia de la importancia de cuidar al medioambiente y fomentarles actitudes responsables en el cuidado de los recursos naturales. El proyecto cuenta con el apoyo de voluntariado corporativo y a la fecha, estos son los principales resultados.



### PROGRAMA APRENDER A EMPRENDER EN EL MEDIO AMBIENTE

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	TOTAL
ESTUDANTES BENEFICIADOS	344	1,047	1,218	2,631	2,124	2,003	9,367
ESCUELAS BENEFICIADAS	2	10	11	23	18	14	78
VOLUNTARIOS INVOLUCRADOS	16	65	72	90	81	14	78
HORAS/HOMBRE INVERTIDAS	140	675	750	1,823	2,050	2,744	8,182
FERIAS AMBIENTALES	0	0	0	2	2	1	5
PROYECTOS IMPLEMENTADOS	2	10	11	23	55	52	153
CIUDADES	Quito	Quito, Guayaquil y Cuenca	Quito, Guayaquil, Santo Domingo, y Cuenca	Quito, Guayaquil y Santo Domingo	Quito y Cuenca	Guayaquil	Quito, Guayaquil, Cuenca y Santo Domingo

## DÍA ANUAL DE LA SUSTENTABILIDAD

Con el fin de comunicar a los colaboradores y sus familias los avances de la empresa en la estrategia de sustentabilidad, así como promover la cultura medioambiental, en 2013 organizamos nuevamente el Día Anual de la Sustentabilidad.

A través de eventos de convivencia familiar y actividades recreativas y educativas, fomentamos las acciones personales y domésticas por medio de las cuales las personas pueden proteger el medio ambiente y mejorar su calidad de vida.



## PROFUNDIZACIÓN DE VALORES HUMANOS

A 25 años de su fundación, el programa Profundización de Valores Humanos continúa fomentando entre los colaboradores y sus familias el desarrollo humano mediante el conocimiento y la puesta en práctica de valores.

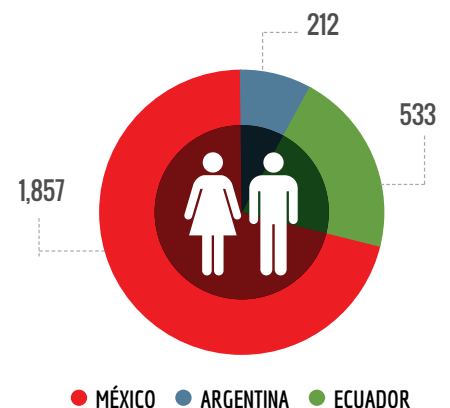
La práctica se ha replicado en todas las operaciones y en 2013 impartimos 94 cursos, beneficiando a 2 mil 602 colaboradores. En México, destaca el 90% de participación del personal en las plantas de Reynosa, Monclova y Lincoln. Por primera vez también hubo participación dentro de Argentina en las ciudades de Salta, Corrientes, Tucumán, Misiones, Catamarca y Posadas; así como en México en las ciudades de Zacatecas, Fresnillo, Río Grande, Valparaíso, Durango y Río Verde, San Luis Potosí.

## RED SUMARSE

Apostamos por el desarrollo sustentable de las comunidades donde mantenemos operaciones. En Nuevo León, junto con otras empresas de la localidad promovemos mediante Red SUMARSE la reconstrucción del tejido social y la generación de capacidades cívicas para que existan más oportunidades de desarrollo de tres comunidades del estado de Nuevo León: La Ermita en Santa Catarina, el Realito en Guadalupe y Capellanía en García.

Con el apoyo operativo de Organizaciones de la Sociedad Civil, este modelo de trabajo nos ha permitido tener un diagnóstico para entender la situación de las comunidades, sus necesidades, intereses y los niveles de participación de sus habitantes; así como definir propósitos, actividades y programas que nos permitan potenciar su desarrollo y crecimiento social. Al cierre de 2013 se conformaron 58 grupos de vecinos, se ejecutaron 59 proyectos participativos y se realizaron 182 actividades, beneficiando a más de mil 400 personas.

### ASISTENTES AL PROGRAMA PROFUNDIZACIÓN DE VALORES HUMANOS



# Cadena de Valor

[G4-12]

RECONOCEMOS LA IMPORTANCIA DE NUESTRA CADENA DE VALOR EN EL ÉXITO DE LA ESTRATEGIA DE SUSTENTABILIDAD DE LA EMPRESA, POR LO QUE DISEÑAMOS ESQUEMAS DE CORRESPONSABILIDAD CON LOS PROVEEDORES QUE NOS PERMITAN INCORPORAR PRÁCTICAS DE DESARROLLO SUSTENTABLE Y BENEFICIO PARA LA COMUNIDAD.

LA CADENA DE SUMINISTRO ES UN ELEMENTO ESENCIAL EN LAS INICIATIVAS DE SUSTENTABILIDAD; APOYAMOS EL DESARROLLO DE LOS PROVEEDORES COMO SOCIOS RELEVANTES DEL NEGOCIO.

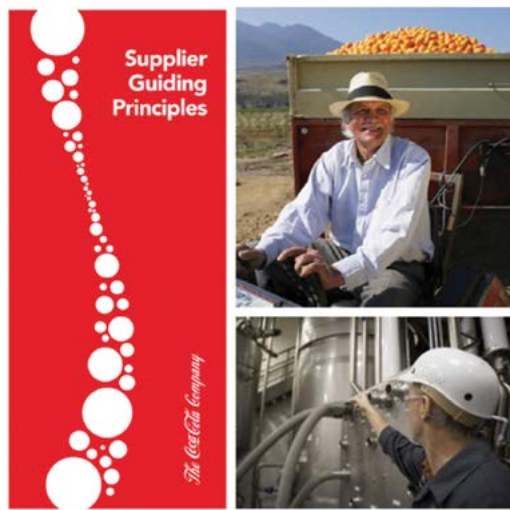


Las materias primas utilizadas en el proceso de producción de los refrescos son surtidas por proveedores tanto nacionales como extranjeros. De acuerdo al contrato de embotellador, Arca Continental está obligada a comprar ciertos suministros y materiales a proveedores previamente autorizados por la Compañía Coca-Cola.

Las principales materias primas utilizadas para producir refrescos consisten en jarabes y concentrados, edulcorantes (azúcar y alta fructosa de maíz), agua, gas carbónico, botellas de vidrio y de plástico (en formatos retornables y no retornables), coronas y taparrosas, etiquetas, y otros materiales de empaque. En 2013, el jarabe concentrado y los edulcorantes representaron aproximadamente 51% del total del costo de producción. Por su parte, en lo que respecta a las materias primas utilizadas en el proceso de producción de botanas, se pueden mencionar las siguientes: aceite vegetal, harina de maíz, pellets de harina de trigo y de cerdo, cacahuates y empaque de polipropileno principalmente.

**33mil** PROVEEDORES REGISTRADOS

Derechos para el lugar de trabajo (Global)  
**Principios Rectores para Proveedores**  
Guía de implementación



DERECHOS DE AUTOR © 2008 - THE COCA-COLA COMPANY  
Classified - Internal use

98%

DE LAS COMPRAS SE REALIZAN CON  
PROVEEDORES LOCALES

[G4-LA15,G4-EN32]

## PRINCIPIOS RECTORES PARA PROVEEDORES

Con la finalidad de mantener la cadena de suministro alineada a nuestros principios y valores, damos a conocer a los proveedores el Código de Ética y les aplicamos la Guía de Principios Rectores para Proveedores de Coca-Cola. Estas acciones reafirman el compromiso con el desarrollo de relaciones basadas en la integridad, el respeto a los derechos humanos, la libertad de asociación, la prohibición del trabajo infantil y forzado, y el abuso al trabajador, el combate a la discriminación, la promoción del trabajo seguro y saludable, la protección del medio ambiente y el cumplimiento de la legislación vigente.

Estos principios rigen la contratación y relación de la gran variedad de proveedores que nos apoyan en el desarrollo de nuestro negocio. Adicional a esto, al menos una vez al año los proveedores son auditados y evaluados en temas de calidad, seguridad y prevención de riesgos laborales, ambientales y demás aspectos operativos del servicio.

## DESARROLLO A LA CADENA DE VALOR

En apoyo a las pequeñas y medianas empresas que nos proveen productos y servicios, con el fin de extender a nuestra cadena de valor la filosofía de la responsabilidad social, en 2013 otorgamos becas a tres proveedores para asistir a un programa de Responsabilidad Social Empresarial, organizado por la Unión Social de Empresarios de México, A.C. (Nuevo León), cuyo objetivo principal es lograr que las empresas sean altamente productivas, generadoras de valor económico agregado, así como más justas y más humanas.

LA CADENA DE VALOR ES VITAL PARA EL CRECIMIENTO RENTABLE DEL NEGOCIO Y EL LOGRO DE LAS METAS DE SUSTENTABILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA, POR LO QUE PROCURAMOS RELACIONES SÓLIDAS, CORRESPONSABLES Y MUTUAMENTE BENÉFICAS, QUE GENEREN VALOR COMPARTIDO Y FOMENTEN LA MEJORA CONTINUA.

2,400 millones

DE DÓLARES ES EL VALOR DE COMPRA A PROVEEDORES EN MÉXICO, ARGENTINA, ECUADOR Y NEGOCIOS COMPLEMENTARIOS

AFINES A NUESTRA CONVICCIÓN DE SER EL MEJOR SOCIO COMERCIAL DE NUESTROS CLIENTES, BUSCAMOS ATENDER CON EXCELENCIA SUS NECESIDADES Y SUPERAR DE MANERA CONTINUA SUS EXPECTATIVAS, GENERANDO VALOR COMPARTIDO Y UN ESPÍRITU DE COLABORACIÓN Y MUTUO BENEFICIO.



[G4-PR5]

## ATENCIÓN AL CLIENTE

Reconocemos que la satisfacción de nuestros clientes refuerza el valor de nuestras marcas, por este motivo mantenemos con ellos un diálogo permanente en miras de resolver y atender sus necesidades.

Nuestro Centro de Contacto Arca Continental (DIGA) además de atender las peticiones de los clientes de bebidas, sumó este año el servicio de atención a clientes de Bokados. Reforzamos el nivel de respuesta a cualquier solicitud del cliente, determinando que no deben pasar 24 horas para solucionar o darle seguimiento a petición recibida; lo anterior, nos permitió tener un 98% de quejas atendidas en menos de 24 horas.

[G4-EN16]

## PROGRAMA FRENTE FRÍO

Otro programa a destacar es "Frente Frío", que busca ofrecer al consumidor final bebidas frías disponibles cuando sean requeridas. Para lograr este propósito proporcionamos todo el apoyo necesario a los pequeños comercios que exhiben nuestros productos a través de la instalación de equipos de refrigeración nuevos. A la fecha el 100% de nuestros refrigeradores en México (381 mil) son libres de gases CFC's; de los cuales el 77% cuenta con tecnología especializada para el ahorro del consumo de energía, lo que repercute en menores costos y mayor rentabilidad para los negocios de los detallistas.

# 100%

DE NUESTROS REFRIGERADORES EN MÉXICO SON LIBRES DE GASES CFC'S

## ROUTE TO MARKET

Esta metodología permite conocer, evaluar y mejorar nuestros modelos de servicio y sistemas de distribución para atender las diversas dinámicas que presenta el mercado y que al reconocer las diferentes necesidades de servicio de cada tipo de cliente nos permite optimizar las rutas de distribución, y consecuentemente, reducir la emisión de contaminantes y costos, mientras elevamos el nivel de satisfacción de nuestros clientes.



# Alianzas con la Sociedad

EN ARCA CONTINENTAL APOYAMOS TODA INICIATIVA QUE PROPICIE EL SANO DESARROLLO DE NUESTRO SECTOR. INTERVENIMOS EN MESAS DE TRABAJO EN DIFERENTES ASOCIACIONES SECTORIALES, COMPARTIMOS EXPERIENCIAS Y BUENAS PRÁCTICAS A TRAVÉS DE NUESTRA PARTICIPACIÓN EN CONFERENCIAS Y EVENTOS RELATIVOS AL DESARROLLO EMPRESARIAL RESPONSABLE.

## ALGUNAS DE LAS ASOCIACIONES E INSTITUCIONES EN LAS QUE PARTICIPAMOS

INSTITUCIÓN	PARTICIPACIÓN
ASOCIACIÓN NACIONAL DE PRODUCTORES DE REFRESCOS Y AGUAS CARBONATADAS A.C. (ANPRAC)	Consejo y Comité Ejecutivo
ASOCIACIÓN MEXICANA DE EMBOTELLADORAS DE COCA-COLA A.C. (ASCOCA)	Comité PAC y de Cabildeo
CONSEJO NACIONAL AGROPECUARIO (CNA)	Comisión Ejecutiva y el Comité Directivo
CONSEJO CONSULTIVO DEL AGUA (CCA)	Consejo Directivo
CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE LA TRANSFORMACIÓN EN LA RAMA DE BOTANAS (CANACINTRA)	1er Vicepresidente de la Rama 106 de Botanas Mesa Directiva del Sector de Alimentos
CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE LA TRANSFORMACIÓN (CANACINTRA)	Comité Enlace Legislativo, Vicepresidente de la Comisión Enlace CONCAMIN y Organismos Empresariales
CONFEDERACIÓN DE CÁMARAS INDUSTRIALES DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS (CONCAMIN)	Mesa y Consejo Directivo
CÁMARA DE LA INDUSTRIA DE LA TRANSFORMACIÓN DE NUEVO LEÓN (CAINTRA)	Consejo Directivo
CONFEDERACIÓN PATRONAL DE LA REPÚBLICA MEXICANA (COPARMEX)	Consejo Directivo 2013
CENTRO DE DESARROLLO DEL SISTEMA DE COCA-COLA, A.C. ECOCE, A.C.	Miembro fundador de la iniciativa
INSTITUTO ARGENTINO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	Miembro Oro
NORTE SUSTENTABLE	Miembro activo
CENTRO MEXICANO PARA LA FILANTROPÍA (CEMEFI)	Adheridos al Decálogo de Responsabilidad Social y participamos en autodiagnósticos de RSE
UNIÓN SOCIAL DE EMPRESARIOS DE MÉXICO, A.C.	Aliados en la promoción de la Responsabilidad Social Corporativa
ASOCIACIÓN TÉCNICA DE COMPENSACIONES, A.C.	Miembro activo
FONDO DE AGUA METROPOLITANO DE MONTERREY	Miembro activo
CÁMARA DE INDUSTRIAS Y PRODUCCIÓN	Miembro activo
CÁMARAS DE INDUSTRIAS DE GUAYAQUIL	Miembro activo
CÁMARA DE COMERCIO ECUATORIANO AMERICANO	Miembro activo
CÁMARA BINACIONAL DE COMERCIO ECUADOR	Miembro activo



EMBAJADOR | ARCACONTINENTAL

EMBAJADOR | ARCACONTINENTAL

Día A





## BIENESTAR AMBIENTAL

EN ARCA CONTINENTAL SOMOS CONSCIENTES DE LAS RESPONSABILIDADES AMBIENTALES QUE TENEMOS Y NOS ESFORZAMOS CONTINUAMENTE POR ESTABLECER ACCIONES QUE NOS PERMITAN DISMINUIR NUESTROS IMPACTOS AL MEDIO AMBIENTE.

# Medio Ambiente

AVANZAMOS DE MANERA CONSTANTE HACIA METAS CLARAS DE SUSTENTABILIDAD AMBIENTAL COMO FACTOR CLAVE DE LA OPERACIÓN COTIDIANA DE LA EMPRESA, INCORPORANDO CRITERIOS E INDICADORES HOMOLOGADOS RESPECTO AL IMPACTO DE CADA FASE DEL PROCESO EN EL ENTORNO, METAS ESPECÍFICAS Y AFINES A LA REALIDAD DE CADA UNIDAD DE NEGOCIO.

## POLÍTICA AMBIENTAL

ESTAMOS COMPROMETIDOS CON EL CUIDADO Y EL MEJORAMIENTO DEL MEDIO AMBIENTE, CUMPLIENDO CON LAS LEYES VIGENTES Y DEMÁS REQUISITOS QUE LA ORGANIZACIÓN SUSCRIBA EN MATERIA ECOLÓGICA Y DE SUSTENTABILIDAD AMBIENTAL, ASÍ COMO CON LOGRAR EL USO RACIONAL Y EFICIENTE DE LOS RECURSOS.

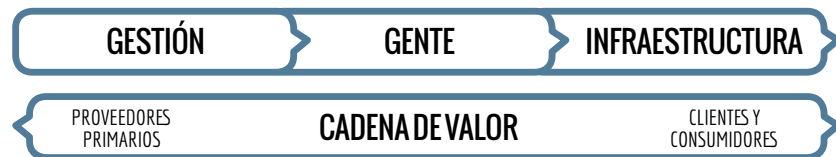
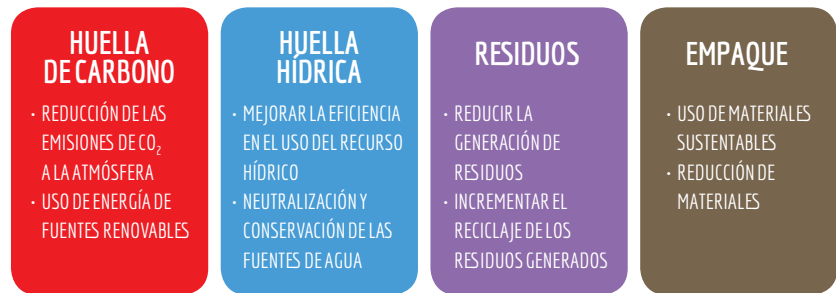


## GESTIÓN AMBIENTAL

El Sistema de Gestión Ambiental de Arca Continental está basado en la norma ISO 14001:2004, así como en los requisitos y especificaciones ambientales de Coca-Cola (KORE). El propósito del sistema es asegurar la incorporación de la sustentabilidad en los procesos y decisiones del negocio, así como evaluar continuamente el desempeño que nos permita una mejora continua y el logro de las metas establecidas.

Nuestra visión en este tema es ser la compañía más respetada en el cuidado del medio ambiente y la conservación de los recursos naturales dentro de los territorios donde operamos. Para lograrlo, definimos una estrategia que busca aplicar el sistema de gestión en todas las operaciones del negocio, involucrar a toda nuestra cadena de valor y colaboradores, dotar de infraestructura, reorientar y en algunos casos modificar algunos procesos.

En una revisión interna e identificando tendencias, mejores prácticas de la industria y legislaciones locales y considerando las expectativas de los grupos de interés, hemos definido algunos compromisos y establecido metas en los temas del agua, huella de carbono, empaque y residuos.



**215 millones**

DE PESOS INVERTIDOS EN 2013 EN PROYECTOS MEDIOAMBIENTALES



EL AGUA NO SOLO REPRESENTA UN COMPONENTE ESTRATÉGICO DE NUESTROS PRODUCTOS, SINO QUE ES UNO DE LOS RECURSOS NATURALES MÁS IMPORTANTES PARA LA HUMANIDAD Y EL PLANETA. PARA NOSOTROS ES DE GRAN IMPORTANCIA PRESERVAR ESTE VALIOSO RECURSO PARA LAS COMUNIDADES.

Además de utilizar el agua como un ingrediente, también nos es indispensable para otros procesos de fabricación que garantizan la calidad constante de nuestros productos como la limpieza de botellas, equipos y tanques.

Como parte del Sistema Coca-Cola estamos comprometidos con los objetivos de la Visión 2020, enmarcados en dos grandes esfuerzos para la protección del recurso hídrico:

1. **Mejorar la eficiencia en el uso del agua**
2. **Neutralización y conservación de las fuentes de agua**

[G4-EN8]

## REDUCIR CONSUMO DEL AGUA

Con gran éxito durante estos últimos años hemos logrado reducir nuestra necesidad de consumo de agua en relación a la producción de bebida. Los logros son resultado de la sensibilización, el compromiso y trabajo en equipo de los colaboradores, que mediante los programas de Excelencia Operacional y Administración Participativa han implementado diversos programas de ahorro de agua, así como la aplicación de nuevas tecnologías y la réplica de mejores prácticas.

Entre las mejores prácticas implementadas destacan:

- Optimización de agua en lavadoras.
- Recuperación de agua de los retrolavados de filtros de arena y carbón.
- Recuperación de agua de las enjuagadoras.
- Recuperación de agua de enfriamiento de bombas.
- Lubricación en seco de bandas transportadoras.
- Implementación de diversos programas para la eliminación de fugas.
- Creación de comités de ahorro de agua.
- Optimización del uso de agua en los saneamientos.
- Instalación de silos de agua para reducir agua de riego a jardines.
- Constante capacitación y actualización de tendencias ambientales y manejo de recursos naturales.

### CONSUMO DE AGUA CONTRA PRODUCCIÓN

AÑO	M <sup>3</sup> DE AGUA UTILIZADA	M <sup>3</sup> DE BEBIDA
2010	13,075,264	6,670,769
2011	13,343,083	7,197,837
2012	13,041,012	7,377,959
2013	12,647,741	7,381,877

NEUTRALIZAR: REGRESAR AL MEDIO AMBIENTE EL AGUA TRATADA UTILIZADA EN NUESTROS PROCESOS Y REABASTECER EL AGUA UTILIZADA DENTRO DE NUESTROS PRODUCTOS.

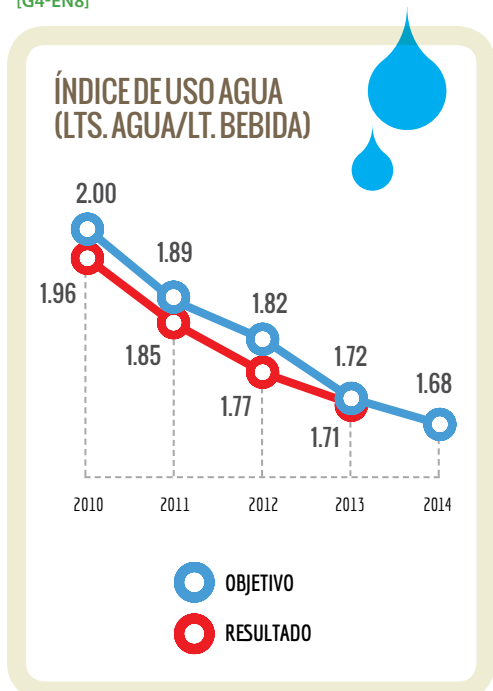
Nuestra meta  
para el 2020  
1.5 LTS. AGUA / LT. BEBIDA

EN ARCA CONTINENTAL USAMOS EL AGUA DE FORMA RESPONSABLE, ES DECIR, ADEMÁS DE REDUCIR LOS CONSUMOS NOS ASEGURAMOS QUE TODA EL AGUA USADA EN EL PROCESO SEA TRATADA Y SE REGRESE AL MEDIO AMBIENTE A UN NIVEL QUE PERMITA LA VIDA ACUÁTICA. PARA ESA TAREA, Y DANDO CUMPLIMIENTO A LA NORMATIVIDAD DE DESCARGAS, SE CONSTRUYERON DOS NUEVAS PLANTAS TRATADORAS DE AGUAS INDUSTRIALES: UNA EN PLANTA SAN AGUSTÍN (TORREÓN, MÉXICO) Y LA SEGUNDA EN PLANTA SALTA (ARGENTINA). TAMBIÉN EN LA PLANTA GUADALUPE, EN MÉXICO, SE REALIZÓ UNA ACTUALIZACIÓN DE LA PLANTA TRATADORA DE AGUAS Y LA REINGENIERÍA DEL SISTEMA DE EFLUENTES; ESTA ÚLTIMA, CON LA FINALIDAD DE RECUPERAR AGUA DE TANQUES REACTORES Y DE LOS FILTROS DE TRATAMIENTO DE AGUA.



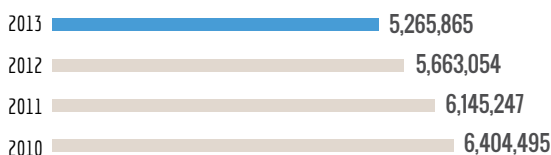
## EN LA ACTUALIDAD USAMOS MENOS AGUA PARA PRODUCIR UN LITRO DE BEBIDA:

[G4-EN8]



[G4-EN10]

## DESCARGAS DE AGUAS INDUSTRIALES (M<sup>3</sup>)



En 2013 seguimos tratando el 100% del agua de nuestros procesos, contribuyendo al cuidado del medio ambiente.

## CONSERVACIÓN DE LAS FUENTES DE AGUA

Con el fin de proteger el agua, trabajamos en estrecha colaboración con expertos ambientalistas y técnicos especializados en hidrología para la realización de estudios de vulnerabilidad del agua. Estos estudios tienen el propósito de analizar cada cuenca y pozo de agua local en todos nuestros centros de producción, así como evaluar el impacto, identificar riesgos y definir proyectos que nos permitan asegurar el vital líquido para las necesidades de la comunidad y del negocio.

Participamos en alianza con diferentes organizaciones e instituciones en proyectos para la conservación del vital líquido, como el Proyecto de Vulnerabilidad de la Fuente de Agua (SVA), en conjunto con Coca-Cola de México y la World Wildlife Fund, con el fin de mantener la salud de los ríos, lagos y aguas subterráneas.

Trabajando en equipo con la Compañía Coca-Cola, continuamos desplegando el Programa Nacional de Reforestación y Cosecha de Agua, coordinado por Pronatura, totalizando en cinco años cerca de 18 millones de árboles plantados en más de 17,000 hectáreas de los territorios que atendemos, contribuyendo a la conservación y viabilidad futura de esas cuencas. De entre estas campañas de reforestación es destacable el rescate adicional de 87 hectáreas de áreas naturales protegidas en el Nevado de Colima, donde se conservaron 44 mil 400 plantas en peligro de extinción.

También somos empresa fundadora del Fondo de Agua Metropolitano de Monterrey, iniciativa que conjunta el esfuerzo de varias empresas y organismos en favor de la protección de los recursos hídricos de la zona, a través de herramientas de alta tecnología y soluciones basadas en estudios científicos.

PROTEGEMOS LA BIODIVERSIDAD DE LOS ECOSISTEMAS MEDIANTE CAMPAÑAS DE REFORESTACIÓN, PROTECCIÓN DE CUENCAS Y LIMPIEZA DE CUERPOS DE AGUA.

## CONSERVACIÓN DE CUENCAS

En conjunto con la Alianza Latinoamericana de Fondos de Agua, The Nature Conservancy y Coca-Cola, iniciamos un proyecto para financiar actividades de manejo sostenible de las cuencas de Ecuador. En septiembre del 2013 arrancamos la primera fase del proyecto “Fortalecimiento de mecanismos financieros para la conservación y la participación en la gestión de cuencas abastecedoras”, que consiste en preparar la información y compra de equipo básico, analizar información de prioridades de fondos de agua (precipitación, topografía, fuentes de agua) y realizar visitas de campo para seleccionar zonas (uso de suelo, amenazas, factibilidad).

## PRESERVACIÓN DE ZONAS PROTEGIDAS

Arca Continental, junto a Fundación Coca-Cola Ecuador y Care Internacional, llevaron a cabo el Proyecto de Adaptación Impacto de Retroceso Acelerado de los Glaciares en los Andes Tropicales (PRAA) que contribuye a la conservación de las principales vertientes que abastecen de agua a la capital Quito y favorece al cuidado de la Reserva Ecológica Antisana mediante la producción de huertos orgánicos forestales.

El proyecto recuperó 150 hectáreas en la zona del páramo y ha beneficiado a 163 familias de la microcuenca de Papallacta, además que 20 de las 100 unidades productivas (huertos orgánicos) poseen certificación de producción limpia.



## OLLAS CAPTADORAS DE AGUA

Muchas familias se enfrentan a la difícil situación del desabasto de agua y sus localidades no cuentan con la infraestructura necesaria para disfrutar del uso del agua en su vida diaria.

Ante este contexto, el Programa Nacional de Reforestación y Cosecha de Agua realiza estudios técnicos necesarios para adaptar ollas captadoras de agua pluvial en las comunidades donde operamos. En 2013 se instalaron 3 ollas captadoras de agua pluvial en las comunidades de Santiago Bayacora en el estado de Durango, así como El Naranjo, Santa Fe y Monte Caldera en San Luis Potosí, beneficiando a más de 7 mil 500 personas.

# Huella de Carbono

[G4-EN19]

SEGUIMOS INTEGRANDO A NUESTRA ESTRATEGIA OPERATIVA ELEMENTOS QUE NOS PERMITEN CONTRIBUIR A LA REDUCCIÓN DE EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO Y A LA PROTECCIÓN DEL CLIMA.



El cambio climático es un desafío actual que no solo incumbe a las empresas, sino que demanda una postura y estrategia universales, donde países, gobiernos, asociaciones, gremios industriales e individuos hagamos esfuerzos desde nuestros ámbitos de influencia para reducir progresivamente las emisiones de gases de efecto invernadero y asumir responsabilidades frente a este fenómeno.

En Arca Continental hemos implementado varias acciones orientadas a reducir nuestra huella de carbono mediante la incorporación de prácticas de mayor eficiencia energética, uso de combustibles alternos, entre otras, que además representan una mayor productividad y mejores resultados para nuestro negocio.

Dado que nos interesa mantener dicha filosofía frente al cambio climático, en 2013 definimos dos metas muy puntuales a cumplirse en 2020:

- 1. Reducir la huella de carbono a lo largo de la cadena de valor en un 25%.**
- 2. Utilizar un 50% de energía de fuentes renovables.**

COMO PARTE DE NUESTRA CONVICCIÓN EN EL TEMA DE PREVENCIÓN Y USO EFICIENTE DE LOS RECURSOS NATURALES, DESTACA LA CAPACITACIÓN CONTINUA EN TEMAS DE MEDIO AMBIENTE QUE DIRIGIMOS A NUESTROS COLABORADORES Y PROVEEDORES ESTRATÉGICOS.

[G4-EN16, G4-EN19, G4-EN32]

## REDUCIR LA HUELLA DE CARBONO EN LA CADENA DE VALOR

Para alcanzar esta meta, debemos enfocar esfuerzos en reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en toda la cadena de valor, lo cual implica no sólo mitigar el efecto ambiental en todos nuestros procesos de producción, sino también aminorar el de los empaques, flota de distribución, equipos de refrigeración y el abastecimiento de ingredientes en todas nuestras operaciones.

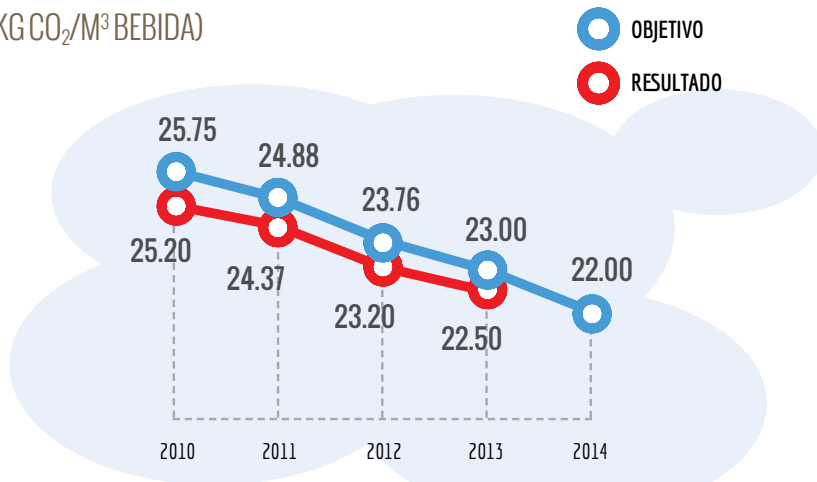
En 2013 en colaboración con Coca-Cola de México se diseñó y ejecutó la primera etapa del plan de medición de huella de carbono con nuestros proveedores, en la que se impartieron sesiones de sensibilización sobre la huella de carbono a nuestros principales proveedores, e incluyeron la difusión y capacitación en la metodología de medición de gases de efecto invernadero.

De manera interna trabajamos con nuestros principales proveedores de envase PET para establecer un sistema de administración ambiental compartido, que nos permitirá medir los principales impactos y obtener información valiosa sobre riesgos y oportunidades, así como establecer planes de mejora continua.

[G4-EN6, G4-EN15, G4-EN19]

## ÍNDICE DE EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO-MANUFACTURA

(KG CO<sub>2</sub>/M<sup>3</sup> BEBIDA)



[G4-22] \* Se realizó ajuste y corrección en los factores de conversión para datos históricos.

[G4-EN4, G4-EN16, G4-EN19]

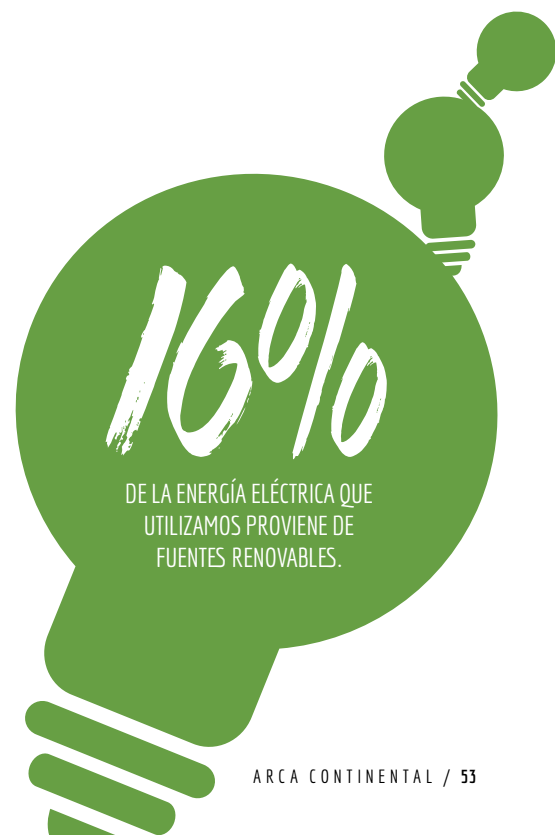
## USO DE ENERGÍAS RENOVABLES

El uso de energías renovables es una estrategia para lograr nuestros objetivos de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero para el año 2020. Desde 2011 comenzamos a integrar energía limpia proveniente de la cogeneración basada en biomasa (bagazo de caña), la cual en 2013 representó un volumen de energía eléctrica de 42.7 GWh.

Por otra parte, se concretó la negociación para iniciar a finales de 2014 el suministro de energía eólica por 40 GWh anuales en cinco de nuestras plantas de México, con lo que se evitará la emisión de cerca de 20 mil toneladas de CO<sub>2</sub> anualmente.



ENFOCADOS EN LA PREVENCIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO TRABAJAMOS EN EL DESARROLLO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS ENFOCADAS A REDUCIR NUESTRAS EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO.





## BUENAS PRÁCTICAS DE EFICIENCIA ENERGÉTICA:

1. Implementar un programa para inspeccionar y reparar fugas de aire comprimido
2. Implementar un programa para inspeccionar y reparar todas las fugas de vapor
3. Implementar un programa para inspeccionar y reparar todo el aislamiento de tubería fría y caliente, incluyendo válvulas
4. Reducir la presión del aire comprimido al nivel mínimo aceptable
5. Eliminar el uso de las cuchillas de aire comprimido tanto como lo permitan las operaciones
6. Convertir la iluminación de la planta a iluminación de alta eficiencia
7. Asegurar que se limpien, por lo menos anualmente, los filtros del equipo de calefacción, ventilación y aire acondicionado y que los termostatos estén en uso
8. Asegurar que el porcentaje de retorno del condensado de vapor sea por lo menos de 75%.
9. Asegurar que todos los sistemas de control estén programados para reducir la cantidad de energía consumida
10. Implementar un programa de capacitación / participación del empleado.

## MEJORES PRÁCTICAS DE MANUFACTURA

Hemos implementado proyectos de optimización en los sistemas de refrigeración en las plantas de Insurgentes, Guadalupe, La Favorita, Zapopan, San Luis y Aguascalientes con el fin de mejorar el desempeño y generar ahorros en el consumo. Estos proyectos involucran, entre otras actividades, la instalación de torres de enfriamiento para disminuir la temperatura del agua de suministro y reducir la carga del sistema de refrigeración.

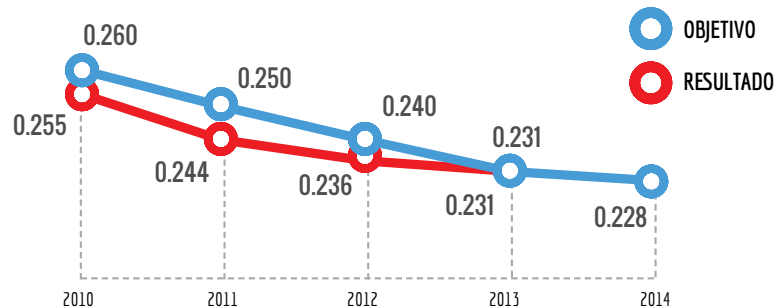
También, hemos trabajado en la implementación de buenas prácticas para el ahorro de energía en todas las plantas embotelladoras, alineados al programa Top 10 Energy-Savings Challenge que de manera conjunta y a nivel global, desarrollaron y promueven la Compañía Coca-Cola y World Wildlife Fund.

Planta Insurgentes fue la primera del Sistema Embotellador en México en haber completado exitosamente el programa y en haber logrado esta relevante certificación. Igualmente, Planta Hermosillo completó el programa durante el 2013.

## CONTINUAMOS MEJORANDO LA EFICIENCIA ENERGÉTICA DE NUESTROS PROCESOS

### ÍNDICE DE USO DE ENERGÍA (MJ/LT. BEBIDA)

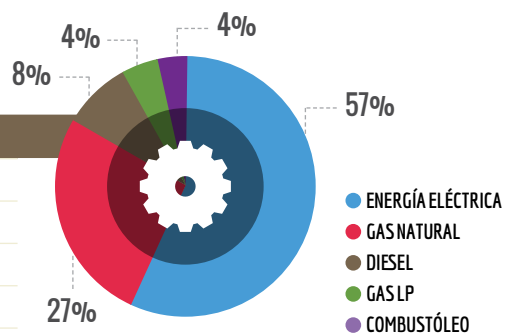
[G4-EN6]



## CONSUMO INTERNO DE ENERGÍA EN MANUFACTURA (MEGAJOULES)

[G4-EN3, G4-EN19]

AÑO	ENERGÍA ELÉCTRICA	GAS NATURAL	DIÉSEL	GAS LP	COMBUSTÓLEO
2010	959,870	392,377	221,918	66,355	60,078
2011	1,016,901	436,024	167,759	77,092	66,506
2012	1,008,397	441,907	148,299	77,436	67,147
2013	970,028	453,683	143,316	73,693	62,746





[G4-EN4, G4-EN15, G4-EN19, G4-EN30]

## EFICIENCIA ENERGÉTICA EN DISTRIBUCIÓN

Más de 14 mil 56 unidades de transporte se emplean diariamente en diversos centros productores y de distribución de bebidas y botanas en los cuatro países donde operamos. Nuestro foco de atención está en utilizar combustibles menos contaminantes, bajar el consumo y por ende reducir las emisiones de CO<sub>2</sub>.

En 2013 lanzamos el sistema de control y administración de combustible y evitamos desplazamientos innecesarios. También realizamos mantenimientos preventivos y optamos por segmentar a las unidades de acuerdo a la distancia que recorren. Todas estas acciones nos permitieron controlar y mejorar el rendimiento de combustible en un 3%.

Como parte de los programas de mejora continua en las plantas productivas, iniciamos un proyecto piloto para utilizar gas natural como combustible en la flota de montacargas en Planta Guadalupe, logrando importantes beneficios económicos y ambientales.

Esta práctica ha sido tan innovadora que hemos recibido la petición de empresas líderes en su sector y de la Secretaría del Medio Ambiente del estado de Nuevo León para conocerla y compartir la experiencia.

Nuestro reto es seguir reduciendo emisiones y replicar el próximo año esta práctica en la planta Insurgentes.



[G4-EN4, G4-EN16, G4-EN19]

## EFICIENCIA ENERGÉTICA EN REFRIGERACIÓN

LA REDUCCIÓN DEL CONSUMO DE ENERGÍA EN LA REFRIGERACIÓN Y EL USO DE REFRIGERANTES RESPETUOSOS DEL MEDIO AMBIENTE SON COMPONENTES IMPORTANTES DE NUESTRAS ACTIVIDADES DE PROTECCIÓN DEL CLIMA. EN 2013 INICIAMOS CON LA OPERACIÓN DE 6 MIL REFRIGERADORES CON TECNOLOGÍA DE GAS CO<sub>2</sub> EN MÉXICO. ESTA TECNOLOGÍA NOS OFRECE MAYOR POTENCIA REFRIGERANTE Y CONTRIBUYE A LA REDUCCIÓN DE EMISIONES DE NUESTRA CADENA DE VALOR.

A LA FECHA CONTAMOS CON 506 MIL REFRIGERADORES LIBRES DE GASES CFC'S EN TODOS NUESTROS TERRITORIOS.

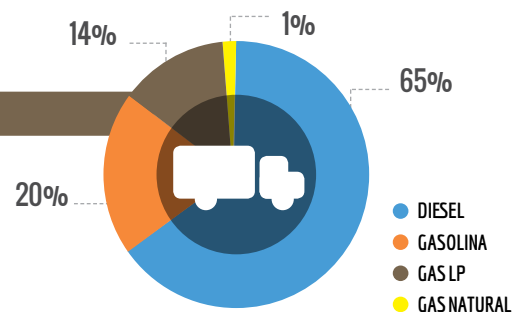


### CONSUMO INTERNO DE ENERGÍA EN FLOTA (MEGAJOULES)

[G4-EN4, G4-EN19, G4-EN30]

AÑO	DIÉSEL	GASOLINA	GAS LP	GAS NATURAL
2011	1,472,000	442,309	362,607	17,169
2012	1,463,496	453,312	346,343	8,003
2013	1,481,233	461,286	308,372	30,288

SOLO BEBIDAS MÉXICO



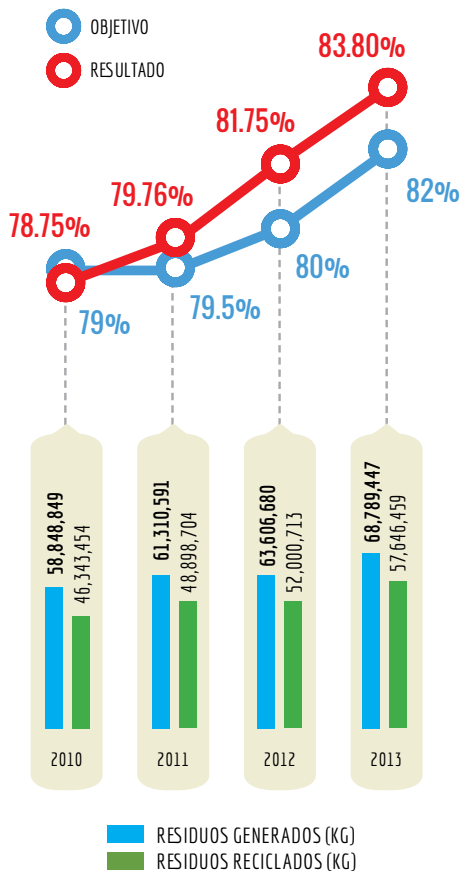
# Residuos y Reciclaje

NUESTRA META ES ALCANZAR EL 90% DE RECICLADO DE LOS RESIDUOS GENERADOS EN LOS PROCESOS OPERATIVOS.

En 2013 continuamos con la implementación de nuestro Plan de Manejo Integral de Residuos en todas las operaciones, incluyendo centros de distribución. Además, incrementamos nuestro índice de residuos reciclados a más del 83%.

También continuamos participando en ECOCE, asociación que fomenta la educación ambiental y recuperación de envases mediante sus programas de acopio Educativo, Institucional y Social, elemento clave para lograr que México pasara de una tasa de recuperación del 8% en 2002 al 60% en 2013.

## RECICLAJE DE RESIDUOS

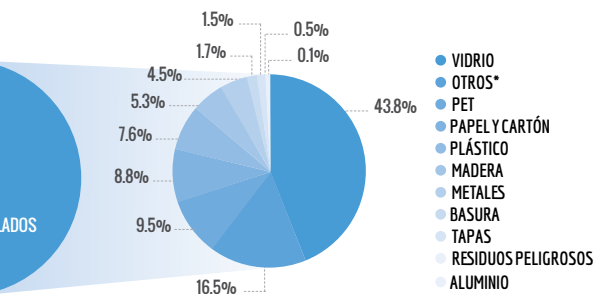


[G4-EN23]

### RESIDUOS GENERADOS EN MANUFACTURA



### RESIDUOS RECICLADOS POR TIPO



\* Lodos, material de construcción, etc.

# Empaque

TRABAJAMOS PARA DESARROLLAR EMPAQUES SUSTENTABLES SEAN FUENTE DE VALOR PARA LA PRESERVACIÓN DEL AMBIENTE Y NO SE PERCIBAN COMO DESECHO.

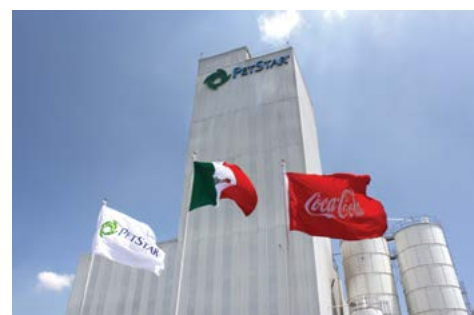
[G4-EN23]

En la ejecución de la estrategia de integrar más materiales reciclados y reducir el uso de materias primas en nuestros empaques, concluimos la expansión de PetStar, la planta de reciclaje de PET grado alimenticio que lideramos en conjunto con Coca-Cola de México y un prestigiado grupo de embotelladores mexicanos.

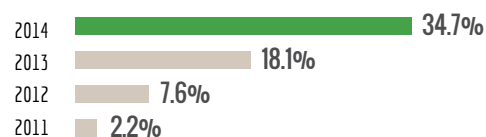
Con su nueva capacidad para procesar más de 60 mil toneladas de PET al año, su proceso totalmente integrado desde el acopio hasta el procesamiento del material, y su alta tecnología, PetStar se consolidó en 2013 como la planta de reciclado de PET grado alimenticio más grande del mundo, capaz de retirar del medio ambiente 3 mil 100 millones de botellas de PET.

Durante 2013 en las operaciones de México se consumieron 13 mil 700 toneladas de resina reciclada (PCR) utilizadas en la elaboración de envase PET No Retornable (PET NR), que equivalen a 18.1% del consumo total de resina en envase PET NR (75,698 toneladas). Para el 2014, esperamos utilizar cerca de 25 mil toneladas de PCR, que representarían más del 34% del consumo total de resina en envase PET NR.

También estamos utilizando materiales hechos de plantas en nuestros empaque. El consumo del Bio Pet en México fue de 805 toneladas direccionado a la Campaña Ciel Plant Bottle para la presentación de 1 litro NR. En el 2014 se está contemplando extender este tipo de resina para otras campañas de sustentabilidad. En Argentina el 11% de la resina es Plant Bottle y se usa en presentaciones de Coca-Cola 500ml y Coca-Cola Life.



## CONSUMO DE PCR VS. USO TOTAL DE RESINA PET EN MÉXICO



## RECICLAJE DE PET EN ECUADOR: CASO DE ÉXITO

En las diferentes plantas y agencias de Ecuador se mantiene la práctica de recolección de botellas de PET. En 2013 se recolectaron 12 mil 214 toneladas, alcanzando un promedio aproximado de 67% de reciclaje y acopio de las botellas producidas.

Bajo el concepto de "ayudar al planeta reciclando" se desarrolló "Ecofest y Verdefest", en alianza con medios de comunicación, que consiste en un concurso de recolección de PET entre colegios y universidades en las ciudades de Quito y Guayaquil, recolectando 8 toneladas de botellas PET. Las ganancias obtenidas fueron donadas a la Fundación Hermano Miguel.



# Desempeño Económico

[G4-EC1]

## VALOR ECONÓMICO DIRECTO CREADO (VEDC)

Ventas netas	60,359
Productos financieros	198
Ventas de activos	47
Total VEDC	60,604

## VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO (VED)

Costo de ventas	31,344
Salarios, beneficios sociales	9,386
Otros gastos	170
Impuestos	2,775
Dividendos	4,833
Intereses	1,105
Inversión en comunidad	59
Total VED	49,672

## VALOR ECONÓMICO RETENIDO (VER)

Total VER	10,932
-----------	--------

Datos dictaminados 2013. Cantidades expresadas en millones de pesos.

EN 2013 APLICAMOS ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA COMPETITIVIDAD Y ASEQUIBILIDAD DE NUESTROS PRODUCTOS, COMO MANTENER EL AUMENTO DE NUESTROS PRECIOS EN LÍNEA CON LA INFLACIÓN EN APOYO A LA ECONOMÍA DEL CONSUMIDOR Y CONSERVAR UNA PERMANENTE INVERSIÓN EN EL MERCADO.

En 2013 logramos un crecimiento del 7.3% en ventas; cuyo valor alcanzó los 60 mil 359 millones de pesos y un volumen de mil 349 millones de cajas unidad, en línea con el año anterior. El volumen se vio afectado por diversos factores propios de cada territorio y país, tales como el débil crecimiento económico, una caída en el consumo o diferentes eventos climatológicos adversos.

Un aspecto fundamental de nuestro desempeño es la participación de mercado, que gracias a una ejecución comercial superior, la continua inversión en el mercado, nuevos modelos de servicio y al esfuerzo de todos nuestros colaboradores, ha registrado mejoras puntuales en diversas categorías dentro de todos los territorios a los que servimos.

En el caso de negocios complementarios avanzamos en la integración de Wise, Inalecsa y Bokados. Con la venta cruzada de productos, de manera particular Wise en México con gran éxito en Monterrey y Guadalajara, y Topitos, de Bokados, así como Tortolines de Inalecsa en Estados Unidos. Lo anterior nos constituye como un jugador relevante en el negocio de botanas a nivel continental.

## APOYO A PEQUEÑOS NEGOCIOS

Año con año se da apoyo a pequeños negocios con equipamiento adecuado para la venta de los productos, material publicitario y en especial programas de capacitación que favorecen una mejor administración y crecimiento de estas microempresas. Esta actividad se traduce en importantes beneficios económicos, sociales y ambientales.

39 mil 273 EMPLEOS DIRECTOS

1 millón 570 mil EMPLEOS INDIRECTOS

PARA MAYOR INFORMACIÓN CONSULTAR:

<http://www.arcacontal.com/inversionistas/reportes-financieros.aspx>



# Reconocimientos y Certificaciones

[G4-16]

PREMIO O RECONOCIMIENTO	LO OTORGA	CONSISTE EN
Índice IPC Sustentable	Bolsa Mexicana de Valores (BMV)	Incorporación de Arca Continental, S.A.B. de C.V. al Índice IPC Sustentable por tercer año consecutivo.  El Índice Sustentable incluye a las compañías listadas en la BMV que destacan por su desempeño en Responsabilidad Social, Gestión Ambiental y Gobierno Corporativo.
Distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR)	CEMEFI y ALIARSE	Distinción recibida por décimoprimer año consecutivo por evidenciar un conjunto de normas y programas vinculados a la empresa y relacionados a la ética, calidad de vida, vinculación con la comunidad y cuidado del medio ambiente.
Un Lugar de Trabajo Certificado (en la categoría de + de 5,000 colaboradores)	Instituto Great Place to Work México	Reconocimiento a nuestras empresas Arca Continental y Bebidas Mundiales. También se suman la Zona Centro, Tamaulipas, Pacífico Sur, Pacífico Norte, Chihuahua, Coahuila y Nuevo León.
Copa a la Excelencia en la Ejecución	Compañía Coca-Cola	Por destacar Ecuador en la región Latin Center por sus acciones de Liderazgo en la Categoría.
Certificación como Centro de Referencia de Excelencia Operacional	Compañía Coca-Cola	Nuestra Planta Culiacán en México reconocida a nivel mundial por la Compañía Coca-Cola por ser la primera planta en certificarse como Centro de Referencia de Excelencia Operacional.
Reconocimiento "El Mejor Equipo Administrativo"	Revista LatinFinance	Reconocimiento a Arca Continental, S.A.B. de C.V. por su solidez financiera y los buenos resultados de su capital humano.

## ALTOS ESTÁNDARES DE CALIDAD

TENEMOS UNA FUERTE ORIENTACIÓN POR LA CULTURA DE LA CALIDAD COMO PROVEEDOR DE BEBIDAS DE LA MARCA COCA-COLA, MANTENEMOS ESTRICTOS CONTROLES DE HIGIENE, SEGURIDAD Y CALIDAD ACEPTADOS Y AVALADOS INTERNACIONALMENTE.

NUESTRO SISTEMA DE CALIDAD INTEGRAL Y MEJORA CONTINUA (CIMAC) NOS PERMITE ASEGURAR CADA FASE DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN MEDIANTE PRUEBAS DE CONTROL DE CALIDAD QUE PERMITEN QUE NUESTRAS BEBIDAS Y BOTANAS SE ENCUENTREN EN ÓPTIMAS CONDICIONES DE CALIDAD E HIGIENE.

EN EL CASO DE BEBIDAS CONTAMOS CON LA CERTIFICACIÓN EN GESTIÓN DE CALIDAD ISO 9001 EN NUESTRAS 26 PLANTAS. TODAS ELLAS CUENTAN TAMBIÉN CON LA CERTIFICACIÓN EN SEGURIDAD ALIMENTARIA FSSC 22000. LAS 23 PLANTAS EN MÉXICO Y ARGENTINA CUENTAN CON LA CERTIFICACIÓN EN GESTIÓN AMBIENTAL ISO 14001, Y 17 DE ELLAS ESTÁN CERTIFICADAS EN SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL DE ACUERDO A LA NORMA OHSAS 18001.

EN EL CASO DE BOTANAS, CONTAMOS CON LA CERTIFICACIÓN EN ISO 9001 PARA LAS PLANTAS DE BOKADOS; LA PLANTA DE BOKADOS SANTA CATARINA CUENTA ADEMÁS CON LAS CERTIFICACIÓN FSSC 22000 DE INOCUIDAD ALIMENTARIA.

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA	VERIFICACIÓN EXTERNA	PRINCIPIOS PACTO MUNDIAL
<b>ESTRATEGIA Y ANÁLISIS</b>				
G4-1	DECLARACIÓN DEL MÁXIMO RESPONSABLE DE LA ORGANIZACIÓN. VISIÓN & ESTRATEGIA DE LA SUSTENTABILIDAD DE LA ORGANIZACIÓN.	4-5	SÍ - PÁG. 64	
<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>				
G4-3	NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN.	TERCERA DE FORROS	SÍ - PÁG. 64	
G4-4	MARCAS, PRODUCTOS Y SERVICIOS.	6-7	SÍ - PÁG. 64	
G4-5	LUGAR DONDE SE ENCUENTRA LA SEDE DE LA ORGANIZACIÓN.	TERCERA DE FORROS	SÍ - PÁG. 64	
G4-6	PAÍSES DONDE OPERA.	6-7	SÍ - PÁG. 64	
G4-7	NATURALEZA DEL RÉGIMEN DE PROPIEDAD Y SU FORMA JURÍDICA.	TERCERA DE FORROS	SÍ - PÁG. 64	
G4-8	INDIQUE A QUÉ MERCADOS SE SIRVE.	6-7	SÍ - PÁG. 64	
G4-9	DETERMINE LA ESCALA DE LA ORGANIZACIÓN.	6-7	SÍ - PÁG. 64	
G4-10	PRINCIPALES DATOS SOBRE EMPLEO.	29,34	SÍ - PÁG. 64	
G4-11	PORCENTAJE DE EMPLEADOS CUBIERTOS POR CONVENIOS COLECTIVOS.	34	SÍ - PÁG. 64	
G4-12	DESCRIBA LA CADENA DE SUMINISTRO DE LA ORGANIZACIÓN.	42-43	SÍ - PÁG. 64	PRINCIPIO 3
G4-13	CAMBIOS SIGNIFICATIVOS DURANTE EL PERIODO.	7	SÍ - PÁG. 64	
G4-14	INDIQUE CÓMO ABORDA LA ORGANIZACIÓN EL PRINCIPIO DE PRECAUCIÓN.	8,18	SÍ - PÁG. 64	PRINCIPIOS 7, 8, 9
G4-15	PRINCIPIOS U OTRAS INICIATIVAS EXTERNAS DE CARÁCTER ECONÓMICO, AMBIENTAL Y SOCIAL QUE LA ORGANIZACIÓN SUSCRIBE O HA ADOPTADO.	ADHESIÓN AL CUMPLIMIENTO VOLUNTARIO DE LOS 10 PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL	SÍ - PÁG. 64	
G4-16	ASOCIACIONES A LAS QUE PERTENECE	59	SÍ - PÁG. 64	
<b>ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA</b>				
G4-17	ENTIDADES QUE FIGURAN EN LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS DE LA ORGANIZACIÓN Y SI ALGUNAS NO FIGURAN EN LA MEMORIA.	VER MATERIALIDAD	SÍ - PÁG. 64	
G4-18	PROCESO PARA DETERMINAR EL CONTENIDO DE LA MEMORIA	1 VER MATERIALIDAD	SÍ - PÁG. 64	
G4-19	LISTA DE ASPECTOS MATERIALES QUE SE IDENTIFICARON DURANTE EL PROCESO DE DEFINICIÓN DEL CONTENIDO DE LA MEMORIA.	1 VER MATERIALIDAD	SÍ - PÁG. 64	
G4-20	INDIQUE LA COBERTURA DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN DE CADA ASPECTO MATERIAL	VER MATERIALIDAD	SÍ - PÁG. 64	
G4-21	INDIQUE LA COBERTURA FUERA DE LA ORGANIZACIÓN DE CADA ASPECTO MATERIAL	VER MATERIALIDAD	SÍ - PÁG. 64	
G4-22	DESCRIBA LAS CONSECUENCIAS DE LAS REFORMULACIONES DE LA INFORMACIÓN FACILITADA EN MEMORIAS ANTERIORES Y SUS CAUSAS.	52 EN EL TEMA DE MEDIO AMBIENTE, LOS CÁLCULOS DE EMISIONES FUERON CAMBIADOS DE ACUERDO A NUEVOS FACTORES DE EMISION	SÍ - PÁG. 64	
G4-23	SEÑALE TODO CAMBIO SIGNIFICATIVO EN EL ALCANCE Y LA COBERTURA DE CADA ASPECTO CON RESPECTO A MEMORIAS ANTERIORES.	7	SÍ - PÁG. 64	
<b>PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>				
G4-24	LISTA DE GRUPOS DE INTERÉS DE LA ORGANIZACIÓN.	12,13	SÍ - PÁG. 64	
G4-25	BASES PARA LA IDENTIFICACIÓN Y SELECCIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS CON LOS QUE TRABAJA	12,13	SÍ - PÁG. 64	
G4-26	ENFOQUE DE LA ORGANIZACIÓN SOBRE LA PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS, INCLUIDA LA FRECUENCIA, PRINCIPALES TEMAS Y PREOCUPACIONES Y CÓMO LA ORGANIZACIÓN HA RESPONDIDO A ESOS TEMAS Y PREOCUPACIONES CLAVES.	10-13	SÍ - PÁG. 64	

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA	VERIFICACIÓN EXTERNA	PRINCIPIOS PACTO MUNDIAL
G4-27	SEÑALE QUÉ CUESTIONES Y PROBLEMAS CLAVE HAN SURGIDO A RAÍZ DE LA PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS Y DESCRIBA LA EVALUACIÓN HECHA POR LA ORGANIZACIÓN, ENTRE OTROS ASPECTOS MEDIANTE SU MEMORIA. ESPECIFIQUE QUE GRUPOS DE INTERÉS PLANTEARON CADA UNO DE LOS TEMAS Y PROBLEMAS CLAVE.	10-13	SÍ - PÁG. 64	
<b>PERFIL DE LA MEMORIA</b>				
G4-28	PERIODO OBJETO DE LA MEMORIA	SEGUNDA DE FORROS	SÍ - PÁG. 64	
G4-29	FECHA DE LA ÚLTIMA MEMORIA	SEGUNDA DE FORROS	SÍ - PÁG. 64	
G4-30	CICLO DE PRESENTACIÓN DE MEMORIAS	SEGUNDA DE FORROS	SÍ - PÁG. 64	
G4-31	FACILITE UN PUNTO DE CONTACTO PARA SOLVENTAR LAS DUDAS QUE PUEDAN SURGIR EN RELACIÓN CON EL CONTENIDO DE LA MEMORIA.	SEGUNDA DE FORROS	SÍ - PÁG. 64	
<b>ÍNDICE GRI</b>				
G4-32	INDIQUE QUÉ OPCIÓN «DE CONFORMIDAD» CON LA GUÍA HA ELEGIDO LA ORGANIZACIÓN Y FACILITE EL ÍNDICE DE GRI; ASÍ COMO VERIFICACIÓN EXTERNA	SEGUNDA DE FORROS 60	SÍ - PÁG. 64	
<b>VERIFICACIÓN</b>				
G4-33	POLÍTICA Y LAS PRÁCTICAS VIGENTES DE LA ORGANIZACIÓN CON RESPECTO A LA VERIFICACIÓN EXTERNA DE LA MEMORIA Y DEMÁS DESCRIPCIONES SOLICITADAS.	64	SÍ - PÁG. 64	
<b>GOBIERNO</b>				
<b>ESTRUCTURA DE GOBIERNO Y SU COMPOSICIÓN</b>				
G4-34	ESTRUCTURA DE GOBIERNO DE LA ORGANIZACIÓN, SIN OLVIDAR LOS COMITÉS DEL ÓRGANO SUPERIOR DE GOBIERNO. INDIQUE QUÉ COMITÉS SON RESPONSABLES DE LA TOMA DE DECISIONES SOBRE CUESTIONES ECONÓMICAS, AMBIENTALES Y SOCIALES.	14-17	SÍ - PÁG. 64	PRINCIPIO 10
<b>ÉTICA E INTEGRIDAD</b>				
G4-56	DESCRIBA LOS VALORES, PRINCIPIOS, ESTÁNDARES Y NORMAS DE LA ORGANIZACIÓN, TALES COMO CÓDIGOS DE CONDUCTA O CÓDIGOS ÉTICOS.	2, 19	SÍ - PÁG. 64	PRINCIPIO 10

## CONTENIDO BÁSICOS ESPECÍFICOS

ASPECTOS MATERIALES	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA / RESPUESTA	OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA	PRINCIPIOS PACTO MUNDIAL
<b>CATEGORÍA: ECONOMÍA</b>						
<b>DESEMPEÑO ECONÓMICO</b>						
	G4-EC1	VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO Y DISTRIBUIDO.	58		NO	
	G4-EC3	COBERTURA DE LAS OBLIGACIONES DE LA ORGANIZACIÓN DERIVADAS DE SU PLAN DE PRESTACIONES.	33		NO	
<b>CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE</b>						
<b>ENERGÍA</b>						
		ENFOQUE DE GESTIÓN	10, 11, 48, 52		NO	
	G4-EN3	CONSUMO ENERGÉTICO INTERNO.	EL ÁREA DE MEDIO AMBIENTE CUENTA CON UN PROGRAMA INTERNO, QUE REGISTRA Y ALMACENA TODOS LOS INDICADORES AMBIENTALES. LOS CONSUMOS SE ENCUENTRAN EN: PÁG. 54		NO	PRINCIPIO 7,8,9
	G4-EN4	CONSUMO ENERGÉTICO EXTERNO.	53, 55		NO	PRINCIPIO 7,8,9
	G4-EN6	REDUCCIÓN DEL CONSUMO ENERGÉTICO.	3, 53-54		NO	PRINCIPIO 7,8,9
<b>AGUA</b>						
		ENFOQUE DE GESTIÓN	10, 11, 48, 49		NO	
	G4-EN8	CAPTACIÓN TOTAL DE AGUA SEGÚN LA FUENTE.	49, 50 LAS FUENTES SON POZOS PROPIOS.		NO	PRINCIPIO 7,8,9
	G4-EN9	FUENTES DE AGUA QUE HAN SIDO AFECTADAS SIGNIFICATIVAMENTE POR LA CAPTACIÓN DE AGUA.	NINGUNA FUENTE DAÑADA		NO	PRINCIPIO 7,8,9
	G4-EN10	PORCENTAJE Y VOLUMEN TOTAL DE AGUA RECICLADA Y REUTILIZADA.	50		NO	PRINCIPIO 7,8,9

ASPECTOS MATERIALES	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA / RESPUESTA	OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA	PRINCIPIOS PACTO MUNDIAL
<b>EMISIONES</b>						
		ENFOQUE	10,11,48,52		NO	
	G4-EN15	EMISIONES DIRECTAS DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (ALCANCE 1).	53,55		NO	PRINCIPIO 7,8,9
	G4-EN16	EMISIONES INDIRECTAS DE GASES DE EFECTO INVERNADERO AL GENERAR ENERGÍA (ALCANCE 2).	53,55		NO	PRINCIPIO 7,8,9
	G4-EN19	REDUCCIÓN DE LAS EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO.	52,53,55		NO	PRINCIPIO 7,8,9
<b>EFLUENTES Y RESIDUOS</b>						
		ENFOQUE	10,11,48,56		NO	
	G4-EN23	PESO TOTAL DE LOS RESIDUOS, SEGÚN TIPO Y MÉTODO DE TRATAMIENTO.	56-57		NO	PRINCIPIO 7,8,9
	G4-EN24	NÚMERO Y VOLUMEN TOTALES DE LOS DERRAMES SIGNIFICATIVOS.	NINGÚN DERRAME		NO	PRINCIPIO 7,8,9
<b>TRANSPORTE</b>						
	G4-EN30	IMPACTOS AMBIENTALES SIGNIFICATIVOS DEL TRANSPORTE DE PRODUCTOS Y OTROS BIENES Y MATERIALES UTILIZADOS PARA LAS ACTIVIDADES DE LA ORGANIZACIÓN, ASÍ COMO DEL TRANSPORTE DE PERSONAL.	55	NO INCLUYE TRANSPORTE DEL PERSONAL. Y TAMPOCO OPERACIONES DE ECUADOR Y ARGENTINA	NO	PRINCIPIO 7,8,9
<b>EVALUACIÓN AMBIENTAL DE LOS PROVEEDORES</b>						
		ENFOQUE	42,43,53		NO	
	G4-EN32	PORCENTAJE DE NUEVOS PROVEEDORES QUE SE EXAMINARON EN FUNCIÓN DE CRITERIOS AMBIENTALES PORCENTAJE DE NUEVOS PROVEEDORES QUE SE EXAMINARON EN FUNCIÓN DE CRITERIOS AMBIENTALES.	43,53 100%		NO	PRINCIPIO 7,8,9
<b>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL</b>						
<b>SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO</b>						
<b>EMPLEO</b>						
		ENFOQUE	10,11,29		NO	
	G4-LA1	NÚMERO Y TASA DE CONTRATACIONES Y ROTACIÓN MEDIA DE EMPLEADOS, DESGLOSADOS POR GRUPO ETARIO, SEXO Y REGIÓN.	29	NO DESGLOSE POR GRUPO, SEXO Y REGIÓN	NO	PRINCIPIO 1,2
	G4-LA2	PRESTACIONES SOCIALES PARA LOS EMPLEADOS A JORNADA COMPLETA QUE NO SE OFRECEN A LOS EMPLEADOS TEMPORALES O A MEDIA JORNADA, DESGLOSADAS POR UBICACIONES SIGNIFICATIVAS DE ACTIVIDAD.	33		NO	
<b>SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO</b>						
		ENFOQUE	10,11,29		NO	
	G4-LA5	PORCENTAJE DE TRABAJADORES QUE ESTÁ REPRESENTADO EN COMITES FORMALES DE SEGURIDAD Y SALUD CONJUNTOS PARA DIRECCIÓN Y EMPLEADOS, ESTABLECIDOS PARA AYUDAR A CONTROLAR Y ASESORAR SOBRE PROGRAMAS DE SEGURIDAD Y SALUD LABORAL.	51%	SÓLO CORRESPONDE A BEBIDAS MEXICO	NO	
<b>CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN</b>						
	G4-LA9	PROMEDIO DE HORAS DE CAPACITACIÓN ANUALES POR EMPLEADO, DESGLOSADO POR SEXO Y POR CATEGORÍA LABORAL.	31	NO DESGLOSADO POR SEXO	NO	
	G4-LA10	PROGRAMAS DE GESTIÓN DE HABILIDADES Y DE FORMACIÓN CONTINUA QUE FOMENTAN LA EMPLEABILIDAD DE LOS TRABAJADORES Y LES AYUDAN A GESTIONAR EL FINAL DE SUS CARRERAS PROFESIONALES.	31,32		NO	
	G4-LA11	PORCENTAJE DE EMPLEADOS QUE RECIBEN EVALUACIONES REGULARES DEL DESEMPEÑO Y DE DESARROLLO PROFESIONAL, DESGLOSADO POR SEXO Y POR CATEGORÍA PROFESIONAL.	32 95%		NO	PRINCIPIO 1,2
<b>EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS LABORALES DE LOS PROVEEDORES</b>						
	G4-LA15	IMPACTOS NEGATIVOS SIGNIFICATIVOS, REALES Y POTENCIALES, EN LAS PRÁCTICAS LABORALES EN LA CADENA DE SUMINISTRO, Y MEDIDAS AL RESPECTO.	43		NO	PRINCIPIO 4,5,6



ASPECTOS MATERIALES	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA / RESPUESTA	OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA	PRINCIPIOS PACTO MUNDIAL
<b>SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS</b>						
		ENFOQUE	10,11,35		NO	
<b>MECANISMOS DE RECLAMACIÓN EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS</b>						
	G4-HR12	NÚMERO DE RECLAMACIONES SOBRE DERECHOS HUMANOS QUE SE HAN PRESENTADO, ABORDADO Y RESUELTO MEDIANTE MECANISMOS FORMALES DE RECLAMACIÓN.	35		NO	
<b>SUBCATEGORÍA: SOCIEDAD</b>						
<b>COMUNIDADES LOCALES</b>						
		ENFOQUE	10,11,38		NO	
	G4-S01	PORCENTAJE DE CENTROS DONDE SE HAN IMPLANTADO PROGRAMAS DE DESARROLLO, EVALUACIONES DE IMPACTOS Y PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD LOCAL.	22,23,36-41		SÍ - PÁG. 64	
<b>SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS</b>						
<b>SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES</b>						
		ENFOQUE	10,11,24,25,59		NO	
	G4-PR2	NÚMERO DE INCIDENTES DERIVADOS DEL INCUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA O DE LOS CÓDIGOS VOLUNTARIOS RELATIVOS A LOS IMPACTOS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS EN LA SALUD Y LA SEGURIDAD DURANTE SU CICLO DE VIDA, DESGLOSADOS EN FUNCIÓN DEL TIPO DE RESULTADO DE DICHS INCIDENTES.	NINGÚN INCIDENTE		NO	
<b>ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>						
		ENFOQUE	10,11,24,25		NO	
	G4-PR3	TIPO DE INFORMACIÓN QUE REQUIEREN LOS PROCEDIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN RELATIVOS A LA INFORMACIÓN Y EL ETIQUETADO DE SUS PRODUCTOS Y SERVICIOS, Y PORCENTAJE DE CATEGORÍAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SIGNIFICATIVOS QUE ESTÁN SUJETAS A TALES REQUISITOS.	3,25		NO	
	G4-PR4	NÚMERO DE INCUMPLIMIENTOS DE LA REGULACIÓN Y DE LOS CÓDIGOS VOLUNTARIOS RELATIVOS A LA INFORMACIÓN Y AL ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS, DESGLOSADOS EN FUNCIÓN DEL TIPO DE RESULTADO.	NINGÚN INCUMPLIMIENTO		NO	
	G4-PR5	RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.	44		NO	
<b>SUPLEMENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>						
		ENFOQUE	10,11,24,25		NO	
	FP1	PORCENTAJE DEL VOLUMEN COMPRADO A PROVEEDORES QUE CUMPLEN POLÍTICA DE ABASTECIMIENTO.	100%		SÍ - PÁG. 64	
	FP4	NATURALEZA, ALCANCE Y EFECTIVIDAD DE PROGRAMAS Y PRÁCTICAS (CONTRIBUCIONES EN ESPECIE, INICIATIVAS DE VOLUNTARIADO, TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO, ALIANZAS Y DESARROLLO DE PRODUCTOS) QUE PROMUEVEN EL ACCESO A ESTILOS DE VIDA SALUDABLES, LA PREVENCIÓN DE LAS ENFERMEDADES CRÓNICAS, EL ACCESO A LA SALUD, ALIMENTOS NUTRITIVOS Y ACCESIBLES, Y LA MEJORA DEL BIENESTAR DE LAS COMUNIDADES NECESITADAS O MENOS FAVORECIDAS	21-25		NO	
	FP5	PORCENTAJE DEL VOLUMEN DE PRODUCCIÓN FABRICADOS EN SITIOS CERTIFICADOS POR UN TERCERO	0.10%		NO	

# Carta de Verificación

[G4-33]



## Carta de verificación independiente del Informe de Sustentabilidad 2013, "Fórmula Ganadora", de Arca Continental.

### Alcance de nuestro trabajo

Se ha efectuado una revisión independiente e imparcial sobre el contenido del Informe de Sustentabilidad 2013, "Fórmula Ganadora", de Arca Continental.

Nuestro trabajo consistió en una revisión del contenido del informe en cuanto a la cobertura de indicadores de desempeño, según la determinación de materialidad por parte de la organización, y en cumplimiento con el estándar del Global Reporting Initiative, GRI, versión G4.

Para efectos de la verificación, Redes Sociales consideró: los principios éticos de independencia de ISAE 3000, referencias metodológicas del estándar AA1000AS, la publicación *The external assurance of sustainability reporting* de GRI, así como lineamientos de otros estándares que Arca Continental contempló en la elaboración de su informe, como los principios del Pacto Mundial.

### Resumen de las actividades

Las acciones que llevó a cabo Redes Sociales para la verificación fueron las siguientes:

- Acceso a evidencias de cómo se determinó la materialidad y la selección de indicadores para el desarrollo de contenidos.
- Análisis de los procesos de recopilación y validación de la información.
- Desarrollo de entrevistas con personal de diversas áreas, quienes participaron en la elaboración del Informe.
- Comprobación del nivel de cobertura de los indicadores incluidos en el Reporte.
- Comparación del informe 2013 en relación al de 2012 sobre seguimiento de programas, incremento de indicadores y consideración de recomendaciones anteriores.
- Comprobación de la razonabilidad numérica y conceptual con base en una selección de indicadores de desempeño.



Information flow, data traceability and information completeness



Reasonableness of data

### Conclusiones

- "Fórmula Ganadora" de Arca Continental cumple con los contenidos básicos generales y específicos para estar de conformidad con la opción Esencial de la Guía para la elaboración de Reportes de Sustentabilidad de Global Reporting Initiative, versión G4.
- No se evidenció que el contenido de los indicadores revisados, así como las evidencias que respaldan la información del desempeño sustentable de Arca Continental, contengan errores.
- El proceso de revisión muestra que en el presente Informe se comunican de manera balanceada y oportuna los indicadores seleccionados para la verificación.

### Recomendaciones generales

Con base en nuestro trabajo nos permitimos hacer las siguientes recomendaciones generales:

- Fortalecer la cobertura de los indicadores conforme a los lineamientos de medición y presentación de resultados de desempeño sustentable, que se establecen en los estándares a los que se suscribe la organización.
- Consolidar los procesos de recopilación y validación de información en las regiones y unidades de negocio donde impacten los asuntos materiales.

Mariana Martínez Valerio  
Redes Sociales en LT S.A. de C.V

T. (55) 54 46 74 84 /  
[contacto@redsociales.com](mailto:contacto@redsociales.com)

### Declaración de independencia, competencia y responsabilidad de Redes Sociales

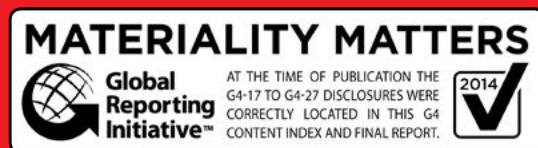
Los colaboradores de Redes Sociales cuentan con el nivel de competencia necesario para verificar el cumplimiento de estándares utilizados en la elaboración de Informes de Sustentabilidad, por lo que pueden emitir una opinión profesional de los reportes de las organizaciones.

La responsabilidad de Redes Sociales consistió en llevar a cabo una revisión limitada del informe. En ningún caso nuestra declaratoria de verificación puede entenderse como un informe de auditoría por lo que no se asume responsabilidad alguna sobre los sistemas y procesos de gestión y control interno de los que se obtiene la información. Adicionalmente, Arca Continental recibirá áreas de oportunidad y observaciones detalladas en un reporte de verificación para uso interno.

La preparación del informe, sus contenidos, así como los procedimientos y/o sistemas para la recopilación de la información son responsabilidad de Arca Continental.

## GLOSARIO

AP	ADMINISTRACIÓN PARTICIPATIVA.
CFC'S	CLOROFLUOROCARBONOS.
CO <sub>2</sub>	DIÓXIDO DE CARBONO.
EBITDA	UTILIDAD DE OPERACIÓN MÁS GASTO POR DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN Y GASTOS NO RECURRENTE.
ECOCE	ECOLOGÍA Y COMPROMISO EMPRESARIAL.
EO	EXCELENCIA OPERACIONAL. TÉCNICAS Y METODOLOGÍAS QUE NOS PERMITEN ESTANDARIZAR LA MEJORA CONTINUA INVOLUCRANDO A LOS COLABORADORES.
INALECSA	INDUSTRIAS ALIMENTICIAS ECUATORIANAS, S.A.
MCU	MILLONES DE CAJAS UNIDAD. UNIDAD ESTÁNDAR EQUIVALENTE A 24 PORCIONES DE 8 OZ.
NEUTRALIZAR	REGRESAR AL MEDIO AMBIENTE EL AGUA TRATADA UTILIZADA EN NUESTROS PROCESOS, Y REABASTECER EL AGUA UTILIZADA DENTRO DE NUESTROS PRODUCTOS.
PCR	RESINA RECICLADA POST CONSUMO.
PET	POLIETILEN TEREFALATO.
PETSTAR	PLANTA RECICLADORA DE PET. PETSTAR, S.A.P.I. DE C.V.
PROFEPA	PROCURADURÍA FEDERAL DE PROTECCIÓN AL AMBIENTE.
RED SUMARSE	RED DE EMPRESAS DE NUEVO LEÓN QUE BUSCA EL DESARROLLO SUSTENTABLE DE LA SOCIEDAD A TRAVÉS DE LA UNIÓN DE SUS FUERZOS Y VOLUNTADES, EJECUTANDO Y/O IMPULSANDO PROGRAMAS DE ALTO IMPACTO SOCIAL EN SINERGIAS CON TODOS LOS SECTORES DE LA COMUNIDAD.
UNIDAD DE NEGOCIO	PLANTA O CENTRO DE DISTRIBUCIÓN.



PARA MAYOR INFORMACIÓN DE LA MATERIALIDAD, FAVOR DE CONSULTAR EN:  
<http://www.arcacontal.com/media/159489/ia2013acrsmaterialidadesp.pdf>



We Buy 100% Certified Renewable Energy



EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

[G4-7]

### ARCA CONTINENTAL, S.A.B. DE C.V.

Punto de contacto para cuestiones relativas al informe:

[G4-5]

#### RESPONSABILIDAD SOCIAL ARCA CONTINENTAL

Guillermo Garza  
 Rosario Aguilar  
 Ave. San Jerónimo 813  
 64640 Monterrey, Nuevo León, México  
 Tel.: (81) 8151-1400  
 rs@arcacontal.com

[www.arcacontal.com](http://www.arcacontal.com)



Responsabilidad  
**Social**



ARCACONTINENTAL