



Coca-Cola **ANDINA**

**Reporte de
Sustentabilidad**

2016



› Puede acceder al Reporte de Sustentabilidad descargando el PDF de la publicación online desde nuestra página web www.koandina.com o escaneando el código QR que se incluye aquí y en la Memoria.



Reporte de Sustentabilidad 2016

NOS INTERESA
SU OPINIÓN

Para nosotros es importante contar con su opinión para mejorar nuestra gestión de la sustentabilidad.

Lo invitamos a hacernos llegar sus sugerencias, dudas o cualquier comentario vinculado a este Reporte de Sustentabilidad o nuestro trabajo en Coca-Cola Andina al correo: andina.ir@koandina.com, como a las oficinas de nuestras operaciones.

Para mayor información sobre este Reporte o para ver nuestros reportes anteriores ingresar en: www.koandina.com



Identificación de la Sociedad

Embotelladora Andina S.A.
Sociedad Anónima Abierta
RUT: 91.144.000-8
Domicilio: Miraflores 9153, Comuna de Renca, Santiago de Chile.

Índice de
contenidos

4	Mensaje del Presidente del Directorio
10	Nuestra Compañía <ul style="list-style-type: none">Andina en númerosNuestra cadena de valorGestión y Gobierno Corporativo
43	Beneficio de bebidas
57	Vida activa y saludable
65	Guardianes del agua
75	Gestión de la energía y protección del clima
89	Empaques sustentables
105	Ambiente de trabajo
127	Comunidad <ul style="list-style-type: none">Nuestros clientesNuestros proveedoresInversión social en la comunidad
150	Desafíos para los próximos años
153	Características del Reporte
153	Índice de contenido GRI-G4
177	Carta de verificación
178	Nos interesa su opinión

Mensaje del Presidente del Directorio

En representación del Directorio que presido, tengo el agrado de presentar a ustedes la Memoria Anual, los Estados Financieros de Coca-Cola Andina y sus filiales y el Reporte de Sustentabilidad, correspondientes al Ejercicio 2016.

En Coca-Cola Andina llevamos a cabo un constante proceso de crecimiento e innovación en cada uno de nuestros mercados. Dentro de nuestro grupo esto se ve impulsado por el trabajo en equipo, perseverancia y apertura a nuevas e innovadoras ideas. El año 2016 estuvo marcado por un permanente trabajo con nuestros diversos socios en un camino constante hacia la rentabilidad y el crecimiento sustentable. Esta forma de trabajo nos permite enfrentar contextos macroeconómicos y políticos adversos y aun así continuar entregando resultados positivos.

Este año, Coca-Cola Andina cumplió 70 años y lo festejamos en grande, consolidando nuestro rol como una de las embotelladoras más grandes de la región. Mucho ha cambiado desde principios del siglo XX: las nuevas tendencias de consumo, el rol de la tecnología en la sociedad, entre otros aspectos; pero lo que no ha cambiado es que seguimos enfrentando cada desafío con ansias y un sentimiento de urgencia, buscando la excelencia en todo lo que desarrollamos, logrando mantener un desempeño positivo, capturando oportunidades, anticipando entornos adversos y entregando valor a nuestros stakeholders. Estamos convencidos de que lo continuaremos haciendo así año a año.

Contexto macroeconómico de la región

Para poder situar en su contexto los resultados del año, es importante revisar la situación macroeconómica de los países en que están nuestras operaciones.

En Argentina vimos un fuerte ajuste tras el cambio de gobierno. El año 2016 fue complejo en temas macroeconómicos, con una inflación en torno al 40% interanual, mientras que en términos de crecimiento y consumo, el año fue negativo, lo que tuvo un fuerte impacto en nuestros volúmenes. Adicionalmente, la devaluación del tipo de cambio afectó fuertemente nuestra estructura de costos.

En Brasil se vivió la profundización de una crisis macroeconómica y política. En términos de crecimiento, 2016 fue un año negativo para la economía brasileña, lo que se tradujo en una caída del PIB de aproximadamente 3,5%. El desempleo superó el 10%, lo que impactó el consumo. La incertidumbre en términos políticos ha afectado todos los estratos de la sociedad y ha postergado la recuperación económica.

En Chile, en términos macroeconómicos no se vivieron los impactos que sí tuvieron los otros países. Sin embargo, el país continúa con bajas tasas de crecimiento y aumento del desempleo. Los principales desafíos vinieron por el lado de la Ley de Etiquetado, logrando ser líderes en la implementación de las regulaciones gubernamentales.

En Paraguay se mantuvieron estable el PBI y el consumo, sin impactos negativos relevantes.

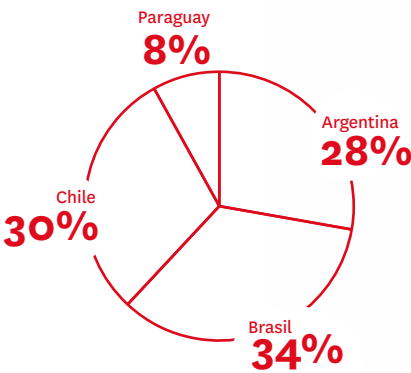
Desafíos y resultados financieros

En 2016 se vendieron 613 millones de cajas unitarias de gaseosas y 166 millones de cajas unitarias de otros bebestibles. Esto significó una caída del 5,0% respecto año anterior, atribuible a la desaceleración de las economías regionales, ya que alrededor del 60% de nuestro volumen proviene de Argentina y Brasil, ambos países que sufrieron caídas en el consumo. A la vez, se profundizaron las tendencias a consumir categorías distintas a las gaseosas, las que incluyen jugos, aguas, isotónicos y bebidas energéticas. Teniendo esto en cuenta, vemos una gran oportunidad para que sigan creciendo estos segmentos. Junto con eso, tenemos el desafío de mantener el crecimiento en bebidas gaseosas, que continúa siendo nuestra principal categoría.

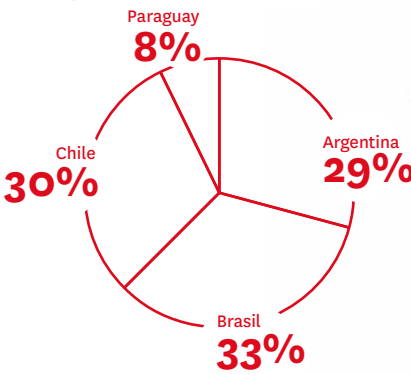
En términos de EBITDA, tuvimos un resultado de 311.004 millones de pesos chilenos, que significó una disminución de 1,7% con respecto al año anterior. El resultado operacional fue de 213.670 millones de pesos chilenos. Sin embargo, se mejoró el margen EBITDA en 65 puntos base y el margen operacional en 54 puntos base, lo que refleja el excelente trabajo realizado en la gestión de costos y precios. A pesar del fuerte impacto de los volúmenes, la utilidad neta alcanzó 90.526 millones de pesos chilenos, representando un crecimiento de 3,0% en comparación con el año anterior.

Este año Coca-Cola Andina cumplió 70 años y lo festejamos en grande, consolidando nuestro rol como una de las embotelladoras más grandes de la región.

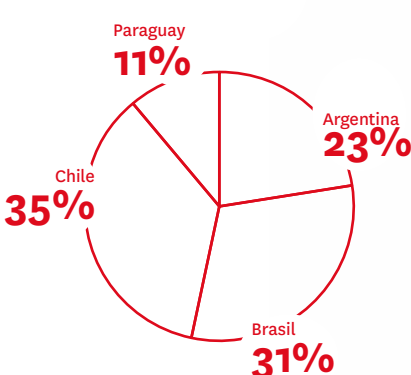
VOLUMEN



VENTAS



EBITDA



Juan Claro González
Presidente del Directorio

ARGENTINA



Volumen
(MMCU)



Ventas
(Ch\$ MM)



EBITDA
(Ch\$ MM)

Principales logros de nuestras operaciones

En Argentina, se superaron las expectativas de resultados gracias al gran trabajo realizado en la optimización de costos y revenue management. El incremento de los márgenes refleja una importante mejoría operacional ante un escenario adverso. Se consolidó la nueva línea de Hot Fill para continuar reforzando el crecimiento de las categorías de jugos e isotónicos. A la vez, inauguramos un nuevo depósito de materias primas, que nos permite optimizar la logística y procesos de aprovisionamiento de insumos claves.

En Brasil, seguimos consolidándonos y mejorando nuestras eficiencias. El proyecto de nuestra nueva planta en Duque de Caxias avanza con firmeza y busca cambiar el paradigma de la producción, modernizando el sistema productivo y reduciendo nuestra huella sobre el medioambiente. Esta planta nos permitirá aumentar en forma importante nuestra oferta de retornables PET, y así podremos extender este formato a toda nuestra franquicia, llegando a nuestros consumidores con puntos de precio más atractivos.

En Chile, durante 2016 entró en vigencia la Ley de Etiquetado de Alimentos, lo que abordamos como una oportunidad más que como un problema. En ese sentido, reformulamos el portafolio en todas las categorías y capitalizamos el segmento light a través de Masterbrand. Lideramos los cambios como protagonistas, logrando un mix récord de ventas de 26,5% de bebidas cero calorías en la categoría gaseosas.

También en Chile, renovamos una parte importante de nuestra flota de camiones de distribución, incorporando 151 unidades Euro V Bluetec 5, con tecnología ecoamigable, para minimizar impactos en las comunidades donde circulan nuestros camiones.

Una parte importante de la sostenibilidad de nuestros resultados es consecuencia del fortalecimiento de nuestro gobierno corporativo.

Paraguay consiguió el mejor margen EBITDA de las operaciones, algo que muestra el foco y excelencia en trabajo de costos, teniendo un crecimiento del EBITDA de un 6,7% con respecto al año anterior, medido en moneda local. A su vez, se realizó un proceso de toma de clientes bajo gestión directa de nuestro equipo de route to market. Esto nos permite mejorar los niveles de servicio en todas nuestras categorías, así como aumentar nuestra participación de mercado.

Fortalecimiento del gobierno corporativo

Gran parte de la sostenibilidad de nuestros resultados es consecuencia del fortalecimiento de nuestro gobierno corporativo, recibiendo este año importantes premios y reconocimientos en esta materia. Para empezar, obtuvimos un reconocimiento por práctica de código de ética de proveedores y terceros, en el estudio SIPP de Pacto Global, capítulo Chile. Reconocemos el valor de nuestros socios y por esto ponemos especial foco en desarrollar nuestras relaciones con proveedores y personal tercerizado; entendemos que sin el desarrollo de estos partners no podríamos ser lo que somos hoy y, por esto, desde el Directorio damos vital importancia a construir vínculos de crecimiento y sinergias con todo nuestro sistema de proveedores.

Recibimos el segundo lugar en el reconocimiento ALAS20 al liderazgo en gobierno corporativo, el cual toma en cuenta principios de gobierno corporativo que incluyen el reconocimiento de accionistas, la consideración del interés de los diversos stakeholders (comunidades, accionistas, trabajadores, etc.) y la delineación de las responsabilidades del Directorio. Todo esto, en conjunto, busca asegurar un comportamiento ético y transparente como empresa, una de las fortalezas que supimos desarrollar en un entorno con cuestionamientos importantes en estos aspectos.

Este año fue muy especial, ya que se incorporaron nuevos miembros a nuestro Directorio, quienes cuentan con una amplia y reconocida experiencia en temas de ética, desempeño social y acciones con la comunidad. Una de nuestras metas fue lograr más diversidad a lo largo de la Compañía, un proceso constante que estaremos consolidando en el Directorio y puestos jerárquicos de la empresa en los próximos años.

Desafíos y resultados comerciales

El aspecto comercial es una de nuestras actividades vitales. Tuvimos la oportunidad de poner nuestra operación a prueba en los

Juegos Olímpicos de Rio de Janeiro, siendo parte, una vez más, de uno de los eventos más importantes del mundo, logrando exceder nuestras expectativas. Los juegos fueron un éxito, nuestros colaboradores fueron portadores de la antorcha y participaron de acciones comerciales, demostrando una vez más que trabajar en Coca-Cola Andina y en el sistema Coca-Cola es un motivo de orgullo. Definitivamente, estos juegos olímpicos fueron una ocasión para dejar nuestra huella y lo hicimos exitosamente.

Por otro lado, enfrentamos desafíos importantes, el principal exponente es la Ley de Etiquetado en Chile. Como empresa adoptamos las medidas del gobierno con responsabilidad e iniciativa, siendo líderes en la implementación de los avisos impuestos; buscamos siempre ser proactivos y demostrar nuestra buena voluntad con la comunidad y los hacedores de política, entendiendo el objetivo de bien común y bienestar de nuestros consumidores.

Durante el año 2016, The Coca-Cola Company anunció la compra de Ades, reforzando la tendencia de crecimiento de nuevas categorías; esperamos comenzar la comercialización de estos productos en nuestras cuatro franquicias durante 2017. Además, comenzamos a distribuir Monster con éxito en Chile y Brasil, demostrando la

MMCU: millones de cajas unitarias

Coca-Cola Andina fue distinguida como la Empresa ALAS20 2016 en Chile. Esta es la categoría más importante a la que puede aspirar una compañía en ALAS20 a nivel nacional, solamente una empresa por país obtiene esta distinción.

capacidad de trabajo en conjunto. Reconocemos que el trabajo en equipo no es un juego de suma cero, y de esta manera nos coordinamos de forma interna y con nuestros socios externos.

Profundizar nuestra cobertura y alcance de envases retornables es un desafío que mantenemos en todos nuestros territorios, dado que nos posibilita alcanzar diversos sectores de la sociedad y continuar reduciendo el impacto sobre el medioambiente y permitiendo, a la vez, reducir el costo de nuestros insumos. Durante 2016 incrementamos la penetración de mercado de envases retornables en Argentina. Los aprendizajes obtenidos los capitalizamos y traducimos en iniciativas en todos los países, siendo una excelente plataforma para anticiparnos y gestionar proactivamente el marco de la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor en Chile (Ley REP). Continuamos profundizando el foco en el desarrollo de retornables, implementamos planes para mejorar la cobertura y crecimiento de dichos empaques, así como también poner en marcha iniciativas de optimización de diseño de empaques, reduciendo al mismo tiempo el uso de materiales.

En el marco del desarrollo de capacidades y proceso de gestión del conocimiento, planificamos y logramos coordinar el trabajo de nuestras cuatro operaciones de una manera ordenada y sinérgica.

Con el desarrollo de equipos de trabajo multioperaciones, con foco en procesos comerciales, industriales y supply chain, llevamos a cabo implementaciones en simultáneo basadas en el aporte invaluable de nuestros trabajadores en cada operación. De esta manera, los países con mayor expertise en ciertos temas apoyan y comparten estos conocimientos con el resto de la organización, estandarizando las prácticas de excelencia en todos los territorios en que opera Coca-Cola Andina.

Desafíos y resultados de sustentabilidad

El mundo ha cambiado dramáticamente en los últimos años en términos sociopolíticos y no es el mismo escenario que hace 10 años. Los mercados también cambiaron drásticamente y se reforzaron las tendencias que dan relevancia a los aspectos de sustentabilidad. Como empresa no queremos solamente generar buenos resultados financieros, sino también tener un impacto social positivo y realizar acciones que mejoren el mundo. Esto llevó a que comenzáramos a implementar una revisión trimestral del desempeño en términos de sustentabilidad por cada operación. Nuestro mayor foco en sustentabilidad se vio reflejado en que ingresamos al índice de Dow Jones Sustainability Chile y a “Emerging 70 Ranking” de Vigeo Eiris. Este último es un indicador líder y fuimos seleccionados entre 842 empresas a nivel mundial para integrarlo.

Se midieron criterios de derechos humanos, prácticas de empleo decente, protección del medioambiente, gobierno corporativo, ética empresarial y contribución al desarrollo social y económico. Estamos orgullosos de ser una de las cinco empresas chilenas que fueron incluidas en este índice.

Otro resultado positivo fue que Coca-Cola Andina fue distinguida como la Empresa ALAS20 2016 en Chile. Esta es la categoría más importante a la que puede aspirar una compañía en ALAS20 a nivel nacional, ya que solamente una empresa por país obtiene esta distinción. El reconocimiento ALAS20 se entrega a aquellas firmas que demuestran liderazgo, consistencia y excelencia en la divulgación pública de información sobre sus prácticas de relaciones con inversionistas, desarrollo sustentable y gobierno corporativo.

Es importante resaltar que estos resultados se atribuyen a un lineamiento estratégico acompañado de diseño de procesos integrales, ejecutados por cada uno de nuestros colaboradores, a lo largo de todos nuestros territorios, los que trabajan para lograr las mejoras y cumplir nuestros objetivos.

Como empresa hemos trazado una agenda estratégica que intenta atraer, desarrollar y retener al mejor talento para poder responder a los desafíos del negocio. Se desarrollaron diversas iniciativas de evalua-

ción de desempeño, desarrollo de líderes a todo nivel, programa de sucesión y planes de carrera, planes de desarrollo, mejora de clima organizacional, diseño de estructuras óptimas y flexibles, estrategia de compensaciones competitivas y relacionadas al desempeño. Nuestra agenda de gestión de ambiente de trabajo y desarrollo de capital humano involucra una oferta equilibrada de bienestar laboral, lo que consideramos clave para asegurarnos de que las mejores personas quieran desarrollar su carrera en Coca-Cola Andina.

En los desafíos para años próximos buscamos continuar ampliando la incorporación de personas con discapacidad. Como agente de cambio, reconocemos que es clave dar oportunidades realizando contrataciones inclusivas, ofreciendo condiciones para que puedan ser productivos profesionalmente, y formando parte de este gran equipo, más diverso y valioso.

Mirando un año con numerosos cambios y contexto adverso en nuestro entorno, podemos afirmar que los resultados fueron muy positivos. No solo navegamos las aguas turbulentas del entorno macroeconómico y político de Latinoamérica del 2016, sino que estamos en una inmejorable posición para aumentar nuestra rentabilidad una vez que la región retome el crecimiento económico.

En los años venideros tengo la certeza de que vamos a enfrentar muchos más desafíos. Teniendo esto en cuenta, trabajamos en desarrollar nuestras capacidades para seguir mejorando. Bajo la visión 2020 continuamos con una gestión de excelencia, manteniendo lineamientos claros en el logro de resultados, trabajo ético y responsabilidad social. Las proyecciones de crecimiento son positivas y nuestros equipos son capaces de atravesar todos los terrenos, por esto esperamos otorgar

cada vez mejores resultados con una visión integradora del rol de Coca-Cola Andina dentro de nuestras comunidades, generando un impacto positivo para nuestros más de 250.000 clientes, consumidores, accionistas, proveedores y trabajadores.

Esperamos que el contenido de la Memoria y Reporte de Sustentabilidad sea de su agrado. En estas páginas pueden encontrar más detalles para entender cómo nuestra Compañía está enfrentando los desafíos con la fortaleza de la marca Coca-Cola, un foco en la innovación y un grupo de trabajadores comprometidos en ayudar a crecer de una manera responsable. Agradezco la confianza de nuestros accionistas, de los más de 16.000 empleados y de todas las personas involucradas en este gran grupo de gente al que llamamos Coca-Cola Andina.

Juan Claro González
Presidente del Directorio

Las proyecciones de crecimiento son positivas y nuestros equipos son capaces de atravesar todos los terrenos, por esto esperamos otorgar cada vez mejores resultados con una visión integradora del rol de Coca-Cola Andina dentro de nuestras comunidades, generando un impacto positivo para nuestros más de 250.000 clientes, consumidores, accionistas, proveedores y trabajadores.

Una Compañía, un solo equipo

Por el alcance de las operaciones, la calidad de los productos, el profesionalismo y pasión de nuestra gente, Coca-Cola Andina es una enorme compañía que camina hacia la meta de liderar el mercado de bebidas, siendo reconocida por la gestión de excelencia, personas y cultura acogedora.



En Coca-Cola Andina producimos y distribuimos los productos licenciados por The Coca-Cola Company en Argentina, Brasil, Chile y Paraguay, en territorios franquiciados que atienden a casi 52 millones de habitantes.

Nos posicionamos como el 2° embotellador de Coca-Cola en América del Sur y estamos entre los tres mayores de América Latina.

Somos el único productor de gaseosas de Coca-Cola en Paraguay, el segundo mayor productor en Brasil y el mayor productor en Chile y Argentina.

Dentro de las bebidas licenciadas por The Coca-Cola Company, producimos y distribuimos bebidas carbonatadas, jugos de fruta, agua mineral y purificada, aguas saborizadas, bebidas isotónicas y energéticas.

Distribuimos cervezas en Brasil y en el sur de Argentina, y licores en el sur de Chile. En Argentina y Chile fabricamos botellas PET para envasado de gaseosas y REF PET¹ en sus distintos formatos para nuestras operaciones y venta a otros embotelladores.

OPERACIÓN EN BRASIL

En línea con nuestra estrategia de racionalización en el uso de los recursos, durante el segundo trimestre de 2016 cerramos nuestra planta de Vitoria en Brasil, reorganizando industrialmente nuestra operación en dicho país.

El racional detrás del cierre de la planta está dado porque el costo de producción en nuestras plantas de Rio de Janeiro y de Riberao Preto era menor que el costo de producción en Vitoria, y esto compensa los mayores fletes de transferencia que tendremos que pagar producto de la centralización de la producción.

Este proyecto de reorganización contempló además la transferencia de la línea de PET que teníamos en Vitoria a Riberao Preto, lo que nos permitirá comenzar la producción de agua mineral en dicha localidad.





De esta forma, se garantiza el abastecimiento de agua mineral de la operación de Coca-Cola Andina Brasil, hasta que nuestra nueva planta en Duque de Caxias entre en funcionamiento.

Adicionalmente, estamos abasteciendo desde Riberao Preto la zona de Espírito Santo con botellas retornables de 1 litro de vidrio, lo que nos permite atender el mercado de mejor forma, segmentando a nuestros clientes y ofreciéndoles una propuesta de valor atractiva.

Mirando hacia el futuro, el estricto control de costos y gastos nos permitirá mantenernos en la senda de creación de valor para nuestros clientes, consumidores, colaboradores y accionistas.

Alcance de la operación

Nuestras operaciones

				
	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay
	Embotelladora del Atlántico S.A. / Andina Empaques Argentina S.A.	Río de Janeiro Refrescos Ltda.	Embotelladora Andina S.A. / Vital Jugos S.A. / Vital Aguas S.A. / Envases Central S.A.	Paraguay Refrescos S.A.
	20152016	20152016	20152016	20152016
Km² de extensión de la franquicia (miles)	1.8921.892	165165	398398	407407
Habitantes franquicia (millones)	13,913,9	21,921,9	9,59,5	6,96,9
Clientes (miles)	6664	9779	6563	5353
Cajas unitarias - volumen de ventas (total millones)	234219	291266	234232	6162
Participación en el mercado de gaseosas	61,6%61,6%	62,3%63,4%	69,3%68,2%	65,3%67,7%
Participación en el mercado de jugos y otros	30,5%33,3%	38,2%47,0%	34,8%35,3%	38,2%41,4%
Participación en el mercado de aguas	13,0%14,5%	6,9%8,2%	42,5%42,9%	49,4%44,5%
Trabajadores	3.3693.328	8.0397.918	3.3243.485	1.0761.527
Plantas embotelladoras	33	32	44	11
Otras plantas	11	40	00	00
Centros de distribución	2623	1316	1717	33
Regiones alcanzadas	San Juan, Mendoza, San Luis, Córdoba, Santa Fe, Entre Ríos, La Pampa, Neuquén, Río Negro, Chubut, Santa Cruz, Tierra del Fuego y oeste de la provincia de Buenos Aires.	Parte de los estados de Río de Janeiro, Espírito Santo, São Paulo y Minas Gerais.	Antofagasta, Atacama, Coquimbo, Región Metropolitana, San Antonio, Cachapoal, Aysén y Magallanes.	Todo el territorio paraguayo

¹ Refillable PET: botella tereftalato de polietileno que admite la reutilización en forma segura, dado que el material posee densidad adecuada para soportar procesos de retorno y sanitización.

Andina en números



Más de
16.258
colaboradores integran
nuestra familia.

Somos el
2º
embotellador de
**Coca-Cola en América
del Sur.**



Tenemos presencia en
4 países,
Argentina, Brasil,
Chile y Paraguay.




Entregamos más de
4.400
millones de litros de
bebida en 2016.



Contamos con
59
centros de distribución.



Obtuvimos MMUSD
2.627
ingresos netos en 2016.



Alcanzamos a
258.807
clientes.



MERCADO

- 779 millones de cajas unitarias (UC) en ventas.
- 2.862 Km² extensión de franquicia.
- Somos una de las embotelladoras más grandes de la región.
- 10 plantas envasadoras.
- Territorios franquiciados con 52 millones de habitantes.
- Brindamos información nutricional clara y precisa.

PORTAFOLIO DE BEBIDAS

- Más de 38 marcas.
- 36% portafolio de productos bajo o cero calorías.
- 19 nuevos productos.
- 38,5% ventas en formatos retornables.
- 6,7% de las ventas son de productos con vitaminas, minerales o agregados nutricionales.

AMBIENTE DE TRABAJO

- 39.033 horas de capacitación en seguridad.
- 275.944 horas de capacitación invertidas en 2016.
- MCH\$ 210.546 pagados en salarios y beneficios sociales a empleados.
- 173 personas con desventajas socio-laboral son parte de nuestros equipos de colaboradores.
- el 10% de nuestros colaboradores son mujeres.

MEDIO AMBIENTE

- El 100% del packaging de los productos que ofrecemos es reciclable.
- Ejecutamos programas de reciclado inclusivo en Argentina, Brasil y Chile.
- 2.431 toneladas recuperadas de PET postconsumo.
- El 2,63% de la materia prima PET utilizada para nuestros empaques es de origen reciclado.
- El 5,34% de la materia prima utilizada para empaques de vidrio es de origen reciclado.
- 197 toneladas de PET reducidos en 2016.
- El 100% de las aguas residuales de nuestras plantas son tratadas y resultan aptas para la vida humana.
- Reciclamos el 82,9% de los residuos sólidos que generamos en toda la compañía.
- 75% menos de emisiones de partículas en 151 camiones con tecnología BlueTec 5®.
- 600.000 kwh/año menos de consumo por Reducción de Energía en Aire de Soplado.

COMUNIDAD

- MCH\$ 322.286 pagados en impuestos en el último año.
- 8.927 proveedores, 97% locales.
- 66% de clientes son pequeñas y medianas empresas (Pymes), quioscos, almacenes y autoservicios.
- Promocionamos nuestros productos responsablemente. No dirigimos publicidad a niños y niñas menores de 12 años.

Nuestra cadena de valor

En el camino hacia la excelencia, basamos nuestras actividades en los estándares de clase mundial que caracterizan al Sistema Coca-Cola, propiciando operaciones sustentables y la creación de valor compartido.



Código de Ética, una guía para la acción

En Coca-Cola Andina fomentamos las buenas prácticas y actuamos en base a principios y conductas éticas descritas en las políticas de nuestra Compañía.

El Código de Ética es un conjunto de principios y conductas que guían el comportamiento de todos los trabajadores, contratistas, consultores y miembros del Directorio en el ejercicio de sus funciones.

Se sustenta en el mantenimiento e internalización de políticas corporativas que responden a aspectos tales como el cumplimiento de la normativa legal y regulatoria; conflictos de interés; transparencia y veracidad de la información contable; fraude, corrupción y lavado de dinero; tratos con funcionarios públicos, clientes y proveedores; contribuciones políticas y humanitarias.

En este marco es que en 2016 lanzamos el “Programa de Políticas Coca-Cola Andina”, una iniciativa integrada por un conjunto de cursos y experiencias online interactivas que – a través de las plataformas instaladas en los cuatro países – le permitirán a los colaboradores conocer en detalle el contenido de las políticas de nuestra Compañía para hacerlas parte de la labor cotidiana. Un compromiso con la Integridad como pilar fundamental para seguir avanzando en el camino de la transparencia.



CÓDIGO DE ÉTICA DE PROVEEDORES Y TERCEROS

Resume los principios de conducta mínimos en los que deben enmarcarse las actuaciones de los proveedores, contratistas y subcontratistas de Coca-Cola Andina y cada una de sus filiales, así como también de sus respectivos empleados, agentes e intermediarios.

Estos principios rectores son la base de relacionamiento con nuestra cadena de valor y comprenden el cumplimiento de normas legales, administrativas y regulatorias de cada país, especialmente las referidas a lavado de activos, cohecho y financiamiento del terrorismo.

El Código de Ética de Proveedores y Terceros prohíbe el trabajo forzado y el trabajo de menores de edad, la discriminación en las prácticas de contratación y empleo por motivos de raza, color, religión, sexo, edad, capacidad física, nacionalidad y orientación sexual.

Establece el cumplimiento de la legislación laboral, el respeto a los derechos humanos, la libertad de asociación y el ofrecimiento a sus trabajadores de un ambiente de trabajo seguro, a fin de prevenir accidentes o efectos perjudiciales para la salud.

Cada proveedor toma conocimiento de su existencia, contenido y exigibilidad al iniciarse la relación. Buscamos colaborar constructivamente con los proveedores que muestran compromiso, se realizan verificaciones de aplicación periódicamente y según criterios de criticidad. En caso

de identificar alguna acción o condición contraria con lo estipulado, contamos con el derecho de adoptar medidas correctivas a fin de asegurar el cumplimiento. También nos reservamos el derecho de finalizar la relación con cualquier proveedor que no cumpla.

Contamos con canal de denuncias independientes para ofrecer a nuestros públicos interesados una vía simple y sin riesgos para informar de modo anónimo y confidencial las actividades que pueden implicar irregularidades, uso inadecuado de los bienes o recursos de la Compañía, conductas abusivas de ésta, violación al ordenamiento jurídico vigente o de nuestras políticas corporativas.



En el primer curso e-learning realizado de Gobierno Corporativo y Código de Ética tuvimos 71,75% de adhesión.

Ver más: <https://secure.ethicspoint.com/>

Vivimos los valores, consolidamos nuestra identidad

Durante 2016 seguimos potenciando el proceso de internalización de nuestra Misión, Visión y Valores, una etapa que nos propone identificar, vivir y contagiar los principios rectores que nos guían para seguir consolidando una compañía, un solo equipo.

En Coca-Cola Andina sabemos lo que queremos lograr y cómo hacerlo para convertirnos en una compañía de clase mundial con presencia en Argentina, Chile, Brasil y Paraguay. Nos une la misma pasión, igual compromiso y las ganas de hacer y crecer.

Somos un gran equipo con identidad propia, que es la que guía nuestro accionar y enriquece nuestro trabajo con un profundo sentido de pertenencia.

Esta brújula que comenzamos a redelinear hace tres años en forma unificada en todas las operaciones, siguiendo los preceptos de The Coca-Cola Company pero adaptándolos a las necesidades concretas de cada región, es la que continuamos reforzando en 2016 a través de diferentes actividades y campañas de Misión, Visión y Valores que nos invitan a hacer propios los principios que rigen nuestra tarea diaria, nos identifican y nos distinguen.

Misión

Agregar valor creciendo en forma sustentable, refrescando a nuestros consumidores y compartiendo momentos de optimismo con nuestros clientes.

Visión

Liderar el mercado de bebidas, siendo reconocidos por nuestra gestión de excelencia, personas y cultura acogedora.

NUESTROS VALORES



Trabajo en equipo

Promovemos la confianza, la colaboración, el respeto y la diversidad en nuestros ambientes de trabajo, sumando el aporte personal a la creación conjunta.



Foco en el cliente

Conocemos las necesidades de nuestros clientes y concentramos nuestros esfuerzos en cumplir plenamente la promesa de servicio y dedicación al mercado.



Orientación a resultados

Dirigimos nuestras energías hacia un trabajo eficiente, para así lograr los objetivos propuestos.



Actitud

Nos mueve la pasión, el compromiso y la perseverancia confirmando en todo momento nuestro deseo por hacer siempre un mejor trabajo.



Integridad

Creemos en la honestidad, la transparencia y la coherencia como base de nuestro comportamiento, respetando siempre los valores de nuestra compañía.



Austeridad

Cuidamos los recursos como propios, orientando responsablemente los costos a las necesidades y requerimientos de la compañía.

Coca Cola Andina, 70 años de un sueño colectivo

Después de 70 años de inspiradoras historias, llenas de esfuerzo y compromiso, nos transformamos en uno de los Embotelladores más grandes de América del Sur y en un actor relevante a nivel mundial. Estamos orgullosos de crecer junto a colaboradores, comunidades y nuestra cadena de valor; con quienes aprendemos a dejar nuestro impacto positivo en las cosas que hacemos.

NACIMIENTO DE EMBOTELLADORA ANDINA

- Nace Embotelladora Andina con licencia para producir y distribuir los productos Coca-Cola en Chile. De la botella individual se pasa a la venta de cajas de 24 botellas de 8 oz. (hoy se denomina "caja unitaria").



- El año 1978 se compra Termas Minerales de Chanqueahue y la marca Agua Mineral Vital.



1946



- Se inaugura la Planta San Joaquín en Santiago.

1960



- El 1 de julio de 1979 comenzó a operar la planta de agua mineral Vital y en septiembre de 1979, la franquicia de Schweppes fue otorgada a Andina.

1978
1979

1981

- Se introduce en Chile el envase "plastishield", el más moderno envase no-retornable en el mundo.



- En 1981 se realiza el lanzamiento de Sprite Light.

1981
1984

- Se colocan 7.076.700 American Depositary Receipts (ADRs) en la Bolsa de Nueva York (NYSE), recaudando USD 127 millones.

1994

- Continúa el ingreso al mercado argentino con la adquisición de Embotelladora del Atlántico, controladora de las embotelladoras de productos Coca-Cola para los territorios de Rosario y Mendoza.

1995



1999



- En 1984 se realiza el lanzamiento de Diet Coca-Cola.

- Se inicia el ingreso al mercado de Brasil adquiriendo Río de Janeiro Refrescos, embotelladora de la ciudad de Río de Janeiro, con planta en Jacarepaguá.

2002



- EDASA centraliza sus operaciones productivas en la planta de Córdoba, cerrando las de Mendoza y Rosario.



2000



- La empresa fue reconocida con el tercer lugar a nivel latinoamericano en el índice de calidad total del sistema Coca-Cola.

- En Brasil se adquiere al embotellador de Coca-Cola para Niteroi, Vitoria y Gobernador Valadares.

Sustentabilidad, un eje transversal



La gestión y gobierno de la Sustentabilidad son la base de nuestra cultura. Guían las relaciones internas y externas, involucrando a proveedores y contratistas. Nos permiten liderar el mercado, adaptarnos, innovar y crecer siendo una gran compañía, un solo equipo.

En Coca-Cola Andina el optimismo nos inspira y lo transmitimos a todos nuestros públicos de interés. Esta inspiración nos ayuda a crecer de manera sustentable, es decir, satisfacer las necesidades presentes asegurando que las generaciones futuras puedan cumplir las suyas con igual disponibilidad de recursos.

Nuestro desarrollo se basa en conductas éticas que guían nuestra cadena de valor. La calidad en nuestras operaciones busca atender simultáneamente a clientes, consumidores, accionistas, empleados, proveedores y a la comunidad en general, sobre la base de estos principios:

- › Siempre atentos a las necesidades de nuestros consumidores, nos enfocamos en ofrecer un amplio portafolio de bebidas de la más alta calidad.
- › De este modo brindamos alternativas para una correcta hidratación de acuerdo a cada estilo de vida.

› Nuestro compromiso es impulsar estilos de vida más activos y saludables tanto a nuestros colaboradores como a la comunidad.

› Promovemos un entorno laboral seguro y acogedor porque creemos que las personas motivadas constituyen la base de la sustentabilidad empresarial, que permite construir una mejor compañía.

› Fomentamos el crecimiento de nuestras actividades industriales y comerciales en armonía con el medioambiente siendo proactivos e innovadores.

› El agua es un recurso fundamental para la vida y conscientes de ello procuramos un uso responsable, desarrollamos procesos que permitan mayor eficiencia en su consumo y devolvemos este vital recurso a la naturaleza.

› Nuestros empaques están pensados para reducir, reciclar y reutilizar los materiales, con el fin de conservar los recursos naturales.

› Trabajamos para minimizar las emisiones de carbono a partir de la optimización del consumo energético y de la implementación de energías renovables.

› Buscamos contribuir con el progreso de las comunidades donde desarrollamos nuestras actividades, por medio de programas para fomentar las economías locales, generar oportunidades y mejorar la calidad de vida de las personas.

La visión de sustentabilidad de Coca-Cola Andina se elabora a partir de los requerimientos de The Coca-Cola Company como así también de los relevamientos realizados a nuestros públicos de interés.

En el marco de nuestro proceso de mejora permanente, se analizan continuamente los riesgos y oportunidades del negocio en toda su cadena de valor, lo que permite elaborar la estrategia, formular objetivos, metas e indicadores. La medición y el rendimiento de cuentas es una etapa fundamental, clave y muy enriquecedora para la gestión de sustentabilidad.

2006

- ▶ Se integraron productos funcionales y específicos, a su gran familia de productos.



2008

- ▶ Andina incorpora la marca Benedictino a su portafolio de aguas en Chile. En Brasil se adquiere, a través del joint venture Mais, la marca Sucos del Valle, líder en el segmento de jugos en este mercado.



2011

- ▶ Andina conmemora 65 años y la nueva planta en Chile inicia sus operaciones.

Embotelladora Andina
Coca-Cola Polar

- ▶ Se materializa fusión con Embotelladoras Coca-Cola Polar y la Compañía tiene la franquicia en la totalidad del territorio de Paraguay. En Brasil se adquiere un 40% de Sorocaba Refrescos.

2012



- ▶ Cambio de imagen corporativa a Coca-Cola Andina.

2013

- ▶ Se materializa la adquisición del 100% de las acciones de Companhia de Bebidas Ipiranga en Brasil.

2016

- ▶ Cumplimos 70 años dando alegría.



Ejes de nuestra gestión de Sustentabilidad

En conjunto con The Coca-Cola Company definimos cuatro áreas de trabajo y siete ejes prioritarios en nuestro compromiso con el camino hacia el desarrollo sustentable.

Beneficios de bebidas

Queremos satisfacer las necesidades de consumo en el mercado, ofreciendo un portafolio con bebidas de calidad, en las que los consumidores pueden confiar.

Comunidad

Buscamos contribuir con el desarrollo de las comunidades donde llevamos adelante nuestras actividades, por medio de distintos programas para desarrollar las economías locales, generar oportunidad y mejorar la calidad de vida de las personas.

Ambiente de trabajo

Promovemos un entorno laboral seguro y diverso, que potencie las cualidades individuales de las personas, inspirándolas a dar lo mejor de sí. Adherimos a los principios internacionales de derechos humanos.

Gestión de la energía y protección del clima

Trabajamos para minimizar las emisiones de carbono de nuestras operaciones.

Vida activa y saludable

Impulsamos un estilo de vida activo y saludable, ofreciendo una amplia variedad de bebidas, brindando información nutricional e incentivando la actividad física y hábitos saludables.

Guardianes del agua

Aspiramos a devolver de manera segura a las comunidades y a la naturaleza una cantidad de agua equivalente a la que usamos en todas nuestras bebidas y su producción.

Empaque sustentable

Nos esforzamos por reducir, reciclar y reutilizar los materiales y conservar los recursos.



Análisis de riesgos del negocio, estrategia y anticipación

Gestionar correctamente nuestra Compañía exige anticiparnos y prever posibles riesgos que podrían alterar la ejecución del negocio. Esto contribuye a fortalecer el desarrollo de la actividad y aumentar la credibilidad y la confianza en la marca.

Coca-Cola Andina gestiona los riesgos del negocio estableciendo principios, elementos básicos y el marco general de la administración de los mismos, a fin de lograr la adecuada gobernanza del proceso, es decir, la identificación, medición, control, mitigación y monitoreo de los riesgos relevantes que pueden afectar de forma adversa los objetivos de la Compañía e intereses de los accionistas y grupos de interés.

Desde diciembre de 2015 contamos con una nueva política y procedimientos que nos permiten garantizar la seguridad de nuestros procesos y la calidad de nuestros productos. La construcción de las nuevas matrices se realizó buscando la participación de áreas expertas y el benchmarking entre los distintos países. Esta nueva metodología, validada por terceros, permite la construcción colaborativa y elevar los estándares de controles.

El Directorio continúa siendo el principal responsable de salvaguardar el valor de la Compañía de pérdidas potenciales, potenciar la cultura de Administración de Riesgos en la organización, conocer y comprender los riesgos relevantes que puedan afectarla; aprobar la estrategia y lineamientos generales de la Administración

de Riesgos, monitorear el funcionamiento continuo de los procesos reportados por el Comité de Riesgos.

El Comité de Riesgos está compuesto por el Vicepresidente Ejecutivo, el Gerente Corporativo de Finanzas, el Gerente Corporativo Legal, el Gerente Corporativo de Recursos Humanos y, actuando como secretario ejecutivo, el Gerente de Control de Gestión y Sustentabilidad Corporativa, quien debe informar al Directorio trimestralmente.

Su gestión está orientada a mitigar los riesgos que puedan presentarse en el desarrollo de las actividades de la Compañía y que puedan afectar los objetivos establecidos por el Directorio, de:

- › Lograr los objetivos estratégicos de la Compañía.
- › Proteger los resultados y la reputación de la Compañía.
- › Defender los intereses de accionistas y de los distintos grupos de interés.
- › Garantizar la sustentabilidad económica, social y ambiental.

El Sistema de Gestión Integrado, donde se encuentran las matrices de riesgo del cumplimiento legal, impacto ambiental, seguridad y salud ocupacional, se integró en la administración de riesgo de Coca-Cola Andina. El resultado que surge de la revisión anual del riesgo es material de ingreso para el área de Auditoría, que verificará la efectividad de los planes de mitigación descritos por las operaciones.

> Ver más:
www.koandina.com/

Análisis y gestión sustentable del ciclo de vida de nuestros productos

Desde la materia prima hasta el proceso de desecho, en Coca-Cola Andina nos preocupamos por cada fase del ciclo de vida de las bebidas que producimos, buscando generar la energía necesaria sin agotar su fuente, protegiendo la comunidad, la economía y el medio ambiente.



Ingredientes:

Nuestros productos se hacen a partir de concentrados y jarabes suministrados por nuestros propietarios de marcas. Como embotellador incorporamos azúcar, agua y dióxido de carbono dentro de un proceso que cumple con los más elevados estándares.

Packaging:

Trabajamos con nuestros proveedores de envases para reducir los impactos de los mismos tanto en huella de carbono como en consumo de agua.

Relleno Sanitario:

Buscamos reducir al máximo la presencia de nuestras botellas en rellenos sanitarios, aun en ciudades donde no existe la gestión de residuos urbanos diferenciada.

Reciclado/Reuso:

Promovemos el uso de envases retornables y activamos iniciativas de reciclado de residuos postconsumo.

Manufactura:

Garantizamos la calidad e inocuidad de nuestros productos. Mejoramos la tecnología en los procesos para reducir los impactos ambientales.

Distribución:

Monitoreamos las rutas de entrega. Mejoramos la tecnología de distribución para reducir la huella de carbono.

Refrigeración y Clientes:

Invertimos en la última tecnología en heladeras para reducir los impactos ambientales. Capacitamos a nuestros clientes para incorporarlos como parte fundamental de nuestra sustentabilidad. Desarrollamos a nuestra red de pequeños clientes.

Consumidores:

Entregamos la mejor información a nuestros consumidores y aportamos con nuestros productos a su bienestar.



Participación y diálogo con los Grupos de Interés

Valoramos las opiniones de los principales públicos con los que nos interrelacionamos y propiciamos el diálogo honesto y transparente, a través de múltiples canales de comunicación para tratar los temas relevantes que nos reúnen.

Es parte de la gestión de sustentabilidad abordar temas que nos importan como así también identificar y tratar los que son claves para aquellos grupos de interés que integran nuestro Sistema.

distintas herramientas para garantizar su representatividad, a fin de lograr una continuidad año a año verificando si existieron variaciones de sus expectativas.

Los múltiples canales de comunicación de doble vía con los que contamos nos permiten empatizar con ellos y comprender mejor cuáles son sus intereses, por lo que se les asigna prioridad según relevancia de temas para la gestión sustentable del negocio.

El feedback es permanente con clientes, proveedores, accionistas, trabajadores y consumidores, quienes además tienen a disposición un canal de denuncias anónimas.

Anualmente revisamos los públicos identificados en cada operación a través de los comités de sustentabilidad y buscamos

Accionistas	Coca-Cola	Gobierno	Trabajadores	Proveedores y contratistas	Clientes	Consumidores y comunidad
<div>› Definen visión, misión y estrategia.</div> <div>› Inversores y promotores del crecimiento y la innovación.</div> <div>› Custodios del valor de la empresa y su creación de valor para la sociedad.</div> <div>› Área dedicada a la relación con accionistas.</div>	<div>› Franquiciante.</div> <div>› Proveedor del concentrado y jarabes.</div> <div>› Estándares y auditorías de operación del Sistema Coca-Cola (KORE).</div> <div>› Estándares para proveedores de materias primas.</div> <div>› Metas de Sustentabilidad 2020.</div> <div>› Agricultura sustentable.</div>	<div>› Regulador - Promotor.</div> <div>› Marco legal para operar.</div> <div>› Socios en alianzas público - privado.</div>	<div>› Uno de los pilares básicos del negocio y factor de éxito.</div>	<div>› Aportan materias primas y servicios requeridos para el funcionamiento y cumplimiento de objetivos de las distintas operaciones.</div> <div>› Son socios estratégicos para la provisión y calidad de productos y empaques.</div> <div>› Tienen un gran impacto económico indirecto en la economía local, ya que el mayor porcentaje de las adquisiciones es regional y local.</div>	<div>› Socios estratégicos en el desarrollo de nuestro negocio.</div> <div>› Entre ellos, pequeños almaceneros conforman un eslabón fundamental en nuestra cadena de valor, ya que además del impacto social que generan en el desarrollo de las economías locales, son los responsables de una importante proporción de las ventas de la Compañía.</div>	<div>› Razón de ser de nuestra empresa y de su crecimiento sustentable.</div> <div>› Definen nuestra oferta, los cambios de preferencias del mercado (refrescar, nutrir, aportar a la vida saludable); y la satisfacción de las necesidades presentes, asegurando las de las generaciones futuras.</div> <div>› Son aliados estratégicos para contribuir con el progreso y cuidado ambiental (postconsumo: reciclado y recupero) de las comunidades donde desarrollamos nuestras actividades.</div>
Canales de comunicación						
<div>› Comunicación regular/ Canales digitales.</div> <div>› Reuniones con Vicepresidente Ejecutivo.</div> <div>› Junta de accionistas.</div> <div>› Andina Day (evento con visita a instalaciones).</div> <div>› Memoria y Reporte Anual.</div>	<div>› Comunicación regular/ Canales digitales.</div> <div>› Reuniones.</div> <div>› Participación en iniciativas conjuntas.</div> <div>› Relaciones directas con áreas específicas.</div> <div>› Construcción de planes conjuntos.</div> <div>› Auditorías.</div>	<div>› Comunicación regular/ Canales digitales.</div> <div>› Reuniones con distintos niveles gubernamentales.</div> <div>› Memoria y Reporte anual.</div>	<div>› Comunicación regular/ Canales digitales.</div> <div>› Encuestas, análisis de clima y satisfacción laboral.</div> <div>› Evaluación de desempeño.</div> <div>› Revista interna.</div> <div>› Memoria y Reporte Anual.</div>	<div>› Comunicación regular/ Canales digitales.</div> <div>› Reuniones periódicas.</div> <div>› Entrevistas.</div> <div>› Encuestas.</div> <div>› Auditorías.</div> <div>› Visitas a planta.</div>	<div>› Vías de comunicación regular (visitas de desarrolladores) / Canales digitales.</div> <div>› Encuestas y análisis de satisfacción.</div> <div>› Centros de servicio y desarrollo de clientes, call centers.</div> <div>› Visitas a planta.</div> <div>› Reporte Anual.</div>	<div>› Canales digitales.</div> <div>› Actividades de relacionamiento.</div> <div>› Participación en organizaciones.</div> <div>› Encuestas y análisis de percepción y evaluación.</div> <div>› Visitas a planta.</div>

Temas relevantes para la gestión de Sustentabilidad

La consulta y el intercambio permanente con nuestros públicos de interés es lo que nos permite nutrirnos como compañía, identificar necesidades y establecer prioridades para hacer posibles los objetivos que nos planteamos en materia de sustentabilidad.

Durante el 2016 nuestra Compañía realizó las actualizaciones de los estudios de percepción en distintos públicos de interés y concretó la primera reunión con los responsables de sustentabilidad de cada operación, la cual permitió validar los temas materiales y comprender la realidad de cada comunidad en donde operamos, para redefinir el sentido y prioridades de las iniciativas planificadas.

En el marco del taller que se llevó a cabo en Buenos Aires, Argentina, participamos como equipo representante de Coca-Cola Andina de la Conferencia Internacional del Instituto Argentino de Responsabilidad Social. Esta jornada sirvió para sensibilizarnos y obtener información a partir de la disertación de representantes de distintos países de Latinoamérica, para luego analizar más íntimamente por país las acciones implementadas, propuestas para el mediano plazo y el grado de respuesta a los temas materiales.

El compartir los planes de acción y debatir el relacionamiento con los ejes de sustentabilidad nos permitió madurar como compañía y dio origen al armado de una red interna para compartir mejores prácticas, reducir barreras al cambio y colaborar con el cumplimiento de objetivos.

Durante el 2016 cosechamos los frutos del esfuerzo que realizamos año a año siendo reconocidos como una de las cinco mejores empresas chilenas al ingresar a “The Emerging Market 70 Ranking”, índice elaborado por la agencia de calificación Vigeo, y pasando a formar parte del selecto grupo de 21 empresas de Chile que integran el Índice de Sustentabilidad de la Bolsa de Comercio de Santiago (Dow Jones Sustainability Chile Index).

Esto no sólo nos motiva a seguir creciendo y mejorando para dar respuesta a los diferentes grupos de interés, sino que además ratifica que vamos por buen camino.



En Coca-Cola Andina consideramos los temas que resultan prioritarios para nuestros accionistas y para The Coca-Cola Company: los emergentes de los canales de comunicación con nuestros principales públicos, los que resultan claves para la sustentabilidad de las empresas del sector de bebidas y alimentos, y los sugeridos por organizaciones internacionales con influencia en el sector.

Además, tenemos en cuenta los temas surgidos de la plataforma de sustentabilidad “Viví Positivamente”; los que provienen de otras fuentes de información interna que destacan aspectos económicos, sociales o ambientales que pueden influenciar a nuestros grupos de interés, y los indicadores para el Sector de Reporte Global (en inglés Global Reporting Initiative -GRI) en su versión G4 para la industria de la alimentación.

El listado de temas que surge de las fuentes anteriormente mencionadas será nuevamente consultado durante el 2017 a los principales grupos con los que nos interrelacionamos. El propósito de la consulta es verificar su vigencia e importancia y dar la oportunidad de sumar nuevos temas que para la Compañía o para sus públicos internos y externos deberían tomarse en consideración.

Cabe destacar que los temas referidos a Derechos Humanos y Diversidad e Igualdad de Oportunidades son considerados como aspectos transversales de los Ejes de Sustentabilidad (específicamente en Ambiente de Trabajo; Comunidad; Beneficio de Bebidas y Vida Activa y Saludable) definidos por la Compañía. Las acciones implementadas se pueden conocer en los próximos capítulos de este reporte.



TEMAS MATERIALES DE LA GESTIÓN DE SUSTENTABILIDAD SEGÚN ENCUESTA 2015



Temas materiales prioritarios relevados 2015	Cómo monitoreamos e informamos sobre desempeño	En este Reporte informamos sobre:	Capítulo en el que encuentra la información
Calidad, excelencia y bienestar de los productos	› Calidad del Producto*	› Compañía › Clientes › Comunidad › Proveedores	 › Beneficio Bebidas
Desarrollo de clientes	› Satisfacción del Cliente*	› Compañía › Clientes	 › Beneficio Bebidas
Desarrollo de proveedores	› Reporte	› Compañía › Clientes	 › Comunidad
Desarrollo económico y social de las comunidades locales	› Reporte	› Compañía › Comunidad › Consumidores › Clientes › Proveedores	 › Comunidad
Distribución eficiente de nuestros productos	› Reporte	› Compañía › Clientes	 › Gestión de Energía y Protección del Clima
Empaques sustentables y gestión de residuos	› Reciclado Residuos Sólidos*	› Compañía	 › Empaque Sustentable
	› Calidad de Empaque*	› Compañía › Proveedores	 › Empaque Sustentable
Gestión de la energía	› Eficiencia en el Consumo de Energía*	› Compañía › Clientes	 › Gestión de Energía y Protección del Clima
Gestión del agua	› Eficiencia en el Consumo de Agua*	› Compañía › Comunidad	 › Guardianes del Agua
Gestión del clima laboral interno, calidad de vida y desarrollo de las personas	› Seguridad Laboral*	› Compañía	 › Ambiente de trabajo
	› Rotación de los Empleados*	› Compañía	
	› Clima Interno Favorable*	› Compañía	
MKT Responsable	› Reporte	› Compañía	 › Beneficio Bebidas
Promoción de vida activa saludable	› Reporte	› Compañía	 › Vida Activa y Saludable
Relación con públicos de interés (Coca-Cola, clientes, comunidad, etc.)	› Reporte	› Compañía	 › Gobierno Corporativo y Gestión Sustentable
	› Memoria	› Compañía	
Transparencia en la gestión empresaria	› Reporte › Memoria › Informes Bolsa de Valores › Informes SEC 20F	› Compañía › Proveedores	 › Gobierno Corporativo y Gestión Sustentable
* Indicadores Clave de Desempeño de la Sustentabilidad			

Indicadores claves de desempeño de la Sustentabilidad

Monitoreamos permanentemente más de 40 indicadores que forman parte de nuestras métricas de operación, pero hay 10 claves que responden de mejor manera a nuestro desempeño en sustentabilidad para los temas que resultan relevantes para empresas del sector, The Coca-Cola Company, accionistas y principales públicos de interés.



MEMBER OF
Dow Jones Sustainability Indices
In Collaboration with RobecoSAM

Además de los indicadores claves de desempeño propios de nuestra Compañía, realizamos mediciones con herramientas de alcance internacional, como la iniciativa de Reporte Global (GRI por sus siglas en inglés, Global Reporting Initiative), los indicadores de RSE ETHOS-IARSE del Programa Latinoamericano de RSE-PLARSE, sumado a otras de alcance nacional en cada país.

También respondemos a normativas de la Superintendencia de Valores y Seguros, respecto a prácticas de gobierno corporativo que adoptan las sociedades anónimas abiertas (Norma de Carácter General 385). En el 2016 dimos respuesta por segundo año consecutivo a los requerimientos del Índice Dow Jones Sustainability Chile Index

(DJSI Chile) y el buen resultado obtenido nos posiciona dentro de las 21 compañías que integran la cartera del Índice de Sostenibilidad.





Como parte de la medición, efectuamos estudios de percepción con el fin de monitorear la opinión de grupos de interés sobre nuestro desempeño, incluyendo encuestas en la comunidad local, medición del clima laboral (bianual) y encuestas de satisfacción de clientes.

Los resultados de desempeño de los indicadores claves de cada una de las operaciones se presentan a lo largo de los distintos capítulos en este reporte. En cada uno se incorporan asimismo indicadores secundarios que ayudan a validar y responder

satisfactoriamente a los requerimientos antes mencionados.

Ser parte de Pacto Global Chile nos hizo madurar como compañía y durante el 2016 nos capacitamos para comenzar a analizar nuestro desempeño sustentable a la luz de los objetivos de Desarrollo Sostenible. Por eso, en este reporte encontraremos todas aquellas iniciativas que nos acercan a esta desafiante misión de acompañar a Naciones Unidas en la construcción de un mundo mejor.

Cabe destacar que mensualmente las operaciones de Coca-Cola Andina reportan el desempeño de las variables claves de sustentabilidad al Vicepresidente Ejecutivo del Grupo.

Indicadores claves de desempeño de la Sustentabilidad												
	 Argentina			 Brasil			 Chile			 Paraguay		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Eficiencia en el consumo de agua												
Cantidad de litros de agua necesarios para producir un litro de bebida	2,03	2,02	2,22	1,76	1,73	1,70	2,70	2,61	2,51	2,14	2,19	2,10
Eficiencia en el consumo de energía												
Energía utilizada por cada litro de bebida producida - Mjoulles / litro de bebida producida	0,34	0,33	0,34	0,33	0,38	0,23	0,28	0,28	0,29	0,59	0,60	0,54
Generación de residuos sólidos												
Gramos de residuos sólidos generados por litro de bebida producida	13,76	12,96	13,98	11,76	10,86	6,49	15,42	14,75	19,09	23,30	25,99	25,65
Reciclado de residuos sólidos												
Porcentaje de residuos reciclados en relación a los residuos generados	91,00	92,20	89,71	91,00	90,10	88,73	82,90	83,30	82,95	80,00	75,30	71,86
Seguridad laboral												
LTISR Gravedad en accidentes	215,01	202,10	143,08	7,30	6,94	6,61	62,58	52,99	47,95	4,08	3,84	3,73
LTIR Cantidad de accidentes	8,45	6,14	5,07	0,75	0,53	0,58	6,50	4,19	2,60	0,82	0,59	0,46
Satisfacción del cliente												
Medición bianual con alcance a todas las operaciones de Coca-Cola Andina	85,00%	85,00%	86,30%	70,80%	70,80%	N/A	61,00%	75,00%	75,40%	83,00%	83,00%	86,80%
Calidad del producto												
Rating de calidad del producto (BPQI), por sus siglas en inglés Beverage Product Quality Index)	93,50%	91,60%	92,10%	96,80%	94,10%	93,30%	95,20%	96,20%	86,20%	94,60%	97,60%	93,80%
Calidad de empaque												
Rating de calidad del empaque (PCQI, por sus siglas en inglés Packaging Quality Index)	90,00%	89,60%	93,70%	94,40%	86,10%	94,90%	87,60%	90,00%	83,50%	81,80%	79,70%	94,50%
Rotación de empleados												
	0,41	0,49	0,38	3,55	2,84	2,71	1,93	2,04	2,6	0,62	0,50	0,45
Clima interno favorable												
Encuesta bianual (datos 2013) territorios previos a fusión con Coca-Cola Polar	63,00%	64,00%	64,00%	60,00%	66,00%	66,00%	59,00%	60,00%	60,00%	N/A	66,00%	66,00%



Nuestro desempeño económico

El flujo de capital entre nuestros grupos de interés y los impactos económicos de nuestra operación en la sociedad son otras de las variables que se informan en el marco del Reporte de Sustentabilidad.

La publicación de indicadores económicos es parte de la información que año a año reportamos y que refleja cómo es el aporte socio-económico de Coca-Cola Andina.

Proveedores, transportistas, distribuidores, clientes y consumidores forman parte del sistema de nuestra Compañía y son quienes colaboran en el propósito de dejar una huella positiva creando valor con compromiso y optimismo.

Los siguientes gráficos muestran la distribución de valor entre nuestros principales grupos de interés y los impactos económicos en las comunidades donde operamos.

Para mayor información sobre nuestro desempeño económico se puede acceder a la Memoria Anual 2016.

 > Ver más: www.koandina.com/

Valor Económico Generado (MCH\$)	Consolidado final 2016
Ingresos percibidos: incluye las líneas del FC: cobros por ventas de bienes y servicios + otros cobros de la operación	2.415.467
Ventas de activos fijos y otros: incluye las líneas del FC: Cobros de ventas de activo fijo y pérdida en control de subsidiarias	70
Subtotal	2.415.538
Efecto neto de actividades de financiamiento: Total de actividades de financiamiento del FC excluido los dividendos pagados	-30.633
Total Valor Económico Generado	2.384.905

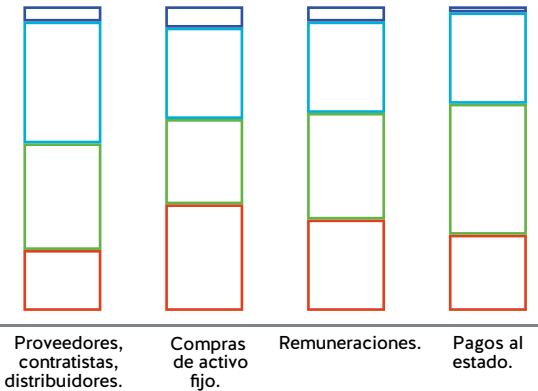
Valor Economico Distribuido	
Proveedores, contratistas, distribuidores	1.644.728
Compras de activo fijo	128.217
Remuneraciones	210.546
Pagos al estado	322.286
Pagos de dividendos	67.592
Inversión social	230
Total Valor Económico Distribuido	2.373.599
Flujo neto total del período	11.306

Aportes al estado (MCH\$)	Consolidado 2016
Por impuesto a la renta	22.702
Por derechos de aduana	5.649
Por impuesto al valor agregado (IVA) neto pagado	283.056
Por contribuciones de bienes raíces	1.301
Por impuesto gasto rechazado	135
Por impuesto al crédito financiero	0
Por pagos de servicios en el exterior	1.270
Por pagos de patentes comerciales e industriales	1.179
Menos franquicias y créditos tributarios	-10.011
Otras (Especificar)	17.005
Total aportes al Estado	322.286

Sanciones y multas	
Pagos Multas Seremi y Laborales y Fiscales	66
Pago de Juicios	443
Total	509

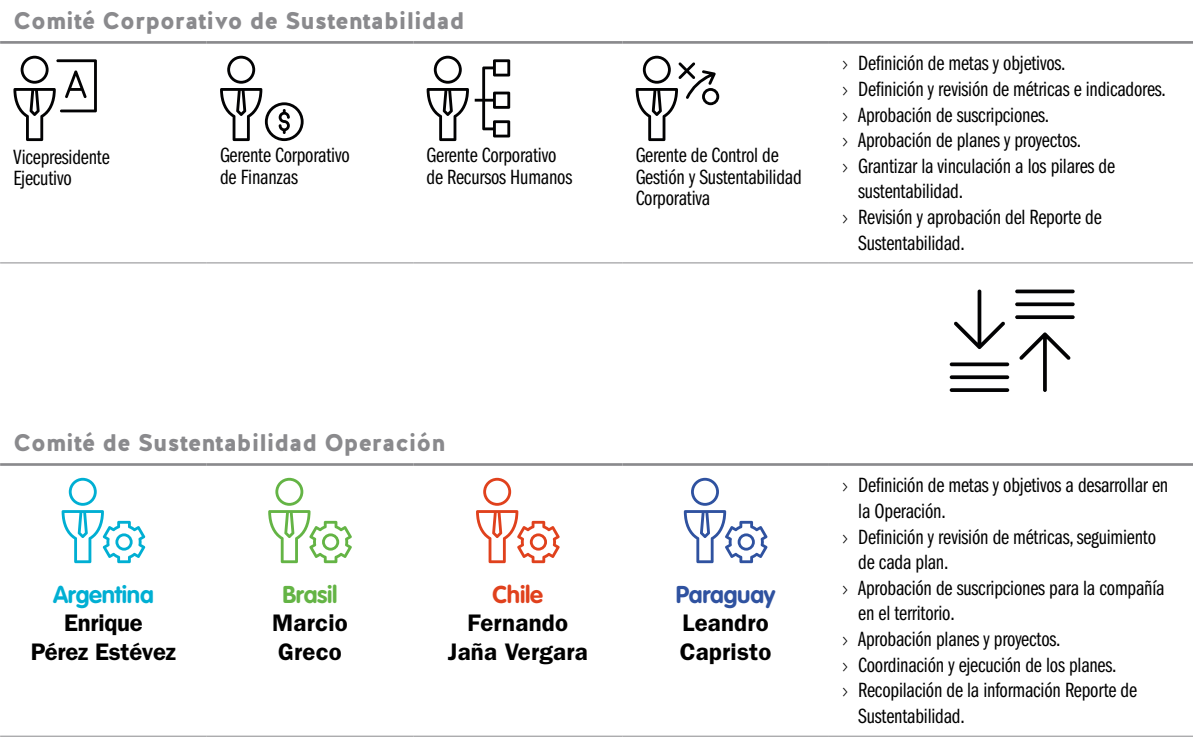


VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO POR PAÍS



Política de Sustentabilidad y estructura de gestión

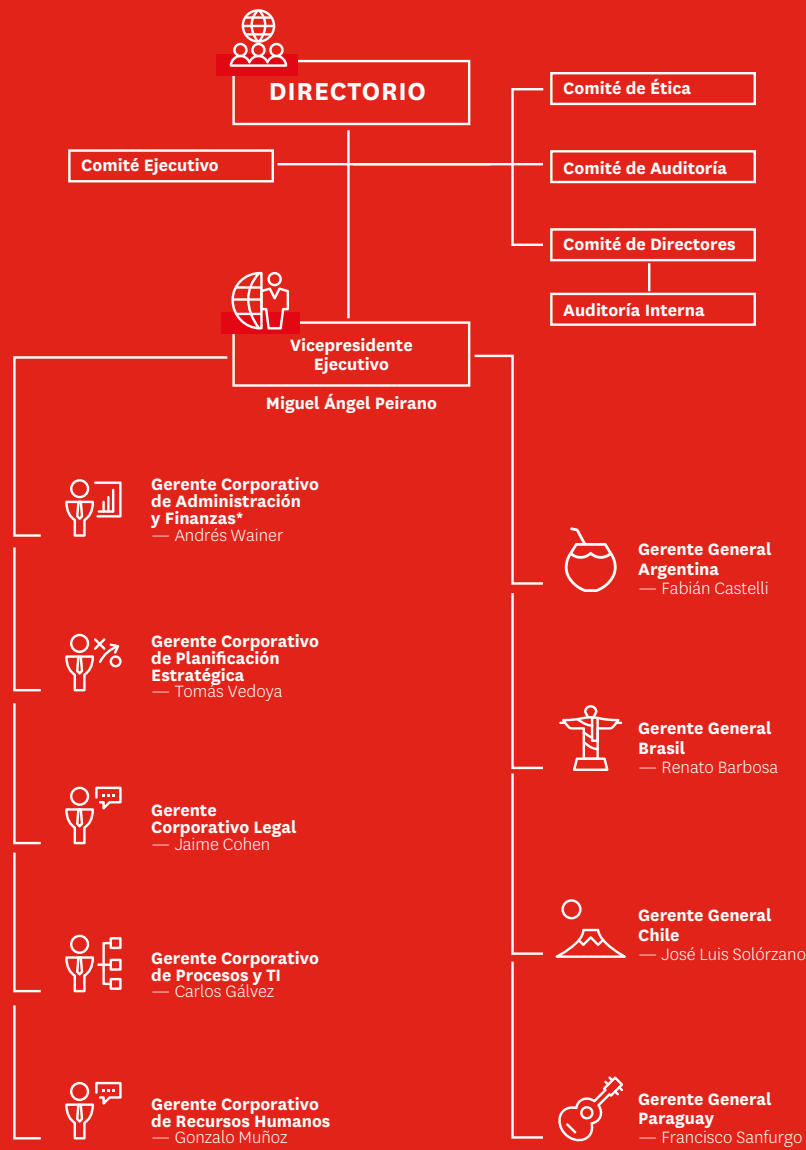
La política de sustentabilidad corporativa establece las responsabilidades, modelo de administración y operación de la gestión de desarrollo sustentable.



> Ver más:
www.koandina.com/

* Encontrará la Política Corporativa de Sustentabilidad en <http://www.koandina.com/pagina.php?p=gobierno-politicas>

ESTRUCTURA DE GOBIERNO***



Un plan para cada realidad
La sustentabilidad en Coca-Cola Andina se gestiona de manera estratégica a nivel grupo, pero también brindando flexibilidad a las operaciones para adaptar el Plan de Sustentabilidad a las características particulares de cada contexto local y a las necesidades de cada comunidad donde operamos.

*** A fin de conocer respecto a la estructura, atribuciones y funciones del Órgano Superior de Gobierno y sus Comités acceda a la Memoria Anual 2016.
* La Gerencia de Control de Gestión, Sustentabilidad y Riesgos depende del Gerente Corporativo de Administración y Finanzas.

PARTICIPAMOS ACTIVAMENTE EN LAS SIGUIENTES ORGANIZACIONES



PARAGUAY

- Policía Nacional- Comisaría Arroyo Seco, cercana a Paresa (mensual).
- Fundación Dequeni - acciones para fomentar la educación.
- Fundación Paraguaya/Junior Achivement - Dale Juguemos.
- World Wildlife Foundation.
- Bomberos Voluntarios.
- Fundación Moisés Bertoni.
- Teletón.
- Techo Paraguay.
- FUPADI.
- Fundación Paraguaya - Plan Emprendedores.
- Ministerio de Educación.
- Ministerio de Salud.



BRASIL

- Oportunidade Especiais.
- AFBCC - Associação Fabricantes Brasileiros de Coca-Cola.
- ACRJ- Associação Comercial do Rio de Janeiro.
- ACIJA - Associação Comercial e Industrial de JPA.
- ABIR - Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerante.
- Espírito Santo em ação.
- Instituto Coca-Cola.
- Semana Otimismo.
- Coletivo Jovem e Coletivo Floresta Instituto Coca-Cola.
- CIESP - Centro de Indústria do Estado de São Paulo.
- CIRJ - Confederação das Industrias do Rio de Janeiro.



CHILE

- Centro de Estudios Públicos.
- Universidad de Los Andes.
- Asociación de Industrial Proveedoras.
- Conf. Gremial Comer Detallista.
- SOFOPA.
- Cámara Nacional de Comercio Chile.
- Asociación de Industriales Antofagasta.
- Cámara de Comercio de Santiago.
- Alimentos y Bebidas de Chile.
- Asociación Nacional de Avisadores de Chile - ANDA.
- Junior Achievement.
- Fundación Libertad y Desarrollo
- Unión Social de Empresarios Cristianos



ARGENTINA

- Membresía Fundece (EXC).
- Membresía IARSE.
- Auspicio de eventos Banco Alimentos Mendoza.
- Cambio climático- Apoyo programa Educar Forestando. Fundación ACUDE, 10 programas.
- Donaciones de bebida (Banco de Alimentos y pedidos autorizados).
- Inclusión educación - FONBEC - Toda Andina Argentina.
- Donación mensual banco de alimentos para logística.
- Encuesta de percepción social muetsra 3 locaciones.
- Indicadores benchmarking IPACE (PNC-PIC).
- Casa Macuca.
- Junior Achievement Rosario.
- Junior Achievement Córdoba.
- Cooperativa Los Carreros.
- Fundación AVINA.
- Fundación Ruta 40.
- Asociación Hospital Infantil.
- Casa Bethel.
- CONIN.

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS OBTENIDOS



PARAGUAY

- Gran Premio de Marcas 2016 Coca-Cola en Categoría Gaseosas y Jugos.
- Premio Prestigio 2016 Coca-Cola en categoría Gaseosas y Agua.
- Top of Mind 2016.



BRASIL

- Prêmio Brasil Coca-Cola de Produtividade e Excelência Operacional - Projeto Prata : Reduzir a perda de retornáveis das linhas 2 e 3.
- 2º lugar Premio Qualidade Coca-Cola Fábrica Jacarepaguá.
- Menção Honrosa no Troféu Planeta Coca-Cola - CD Caju.
- Certificação LEED Platinum - CD Caju.
- 1º Lugar no ranking de certificação S&OP Coca-Cola Andina Brasil - Certificação Prata.



CHILE

- Premios ALAS (Agenda de líderes sustentables). Categoría: Mejor de los mejores Chile y Empresa líder en relación con inversionistas.
- Reconocimiento mejores prácticas de sustentabilidad Pacto Global.
- Ingreso al Indice de Sustentabilidad de la bolsa de Santiago.
- Iniciativas finalistas premio Nacional de Medio ambiente "Recyclapolis".



ARGENTINA

- Ganadores del 3er puesto en la South Latin Business Unit Cup.
- Finalistas en los GCCL AWARDS de ATLANTA con un caso de Immediate Consumption.

Reconocimientos que nos distinguen y enorgullecen

Si algo caracteriza a Coca-Cola Andina es el desarrollo de procesos de negocio sustentables y la entrega de valor al servicio de nuestros públicos de interés y las comunidades en las que operamos. Aspectos como éstos hacen la diferencia y posibilitan que seamos reconocidos.



El incentivo permanente por la protección de los intereses de nuestra Compañía y de nuestros grupos de interés, la creación de valor y el uso eficiente de los recursos brindando transparencia de información son algunas de las variables que destacan a Coca-Cola Andina.

Por este motivo, en 2016 fuimos distinguidos como la empresa ALAS20 2016, la categoría más importante a la que puede aspirar una firma a nivel nacional en Brasil, Chile, Colombia, México y Perú.

Anualmente sólo una empresa por país es merecedora de esta distinción que se entrega a aquellas que demuestran su liderazgo, consistencia y excelencia en la divulgación pública de información sobre sus prácticas de relaciones con inversionistas, desarrollo sustentable y gobierno corporativo.

Junto con la máxima distinción, Coca-Cola Andina obtuvo adicionalmente el Primer Lugar en la Categoría de Relación con Inversionistas y el Segundo Lugar en las Categorías de Sustentabilidad y Gobierno Corporativo.



“Estamos convencidos de que el trabajo de todos nuestros colaboradores es lo que nos sitúa como referentes en cada uno de estos importantes pilares y continuaremos trabajando para seguir generando valor compartido”.

Miguel Ángel Peirano,
Vicepresidente Ejecutivo de
Coca-Cola Andina durante la
entrega del premio ALAS20.

Asimismo, compartimos la felicidad de ingresar a “The Emerging Market 70 Ranking”, índice elaborado por la agencia de calificación Vigeo, experta y líder en Europa en la evaluación del grado en que las empresas y corporaciones públicas tienen en cuenta los objetivos ambientales, sociales y de gobierno corporativo. La nuestra fue una de las cinco primeras seleccionadas por haber alcanzado las calificaciones más altas en un universo de referencia compuesto por más 850 empresas de 37 sectores y 31 países.

En 2016, pasamos a formar parte también del selecto grupo de 21 compañías de Chile que integran el Índice de Sustentabilidad de la Bolsa de Comercio de Santiago (Dow Jones Sustainability Chile Index, DJSI Chile), que reconoce a empresas líderes en la gestión sustentable de la industria.

Las dimensiones más destacadas de nuestra Compañía fueron manejo de marcas, administración y relación con clientes, manejos de riesgos y crisis, polí-

ticas medioambientales, abastecimiento de materias primas, agua como recurso natural, relación con comunidades, salud ocupacional y atracción y retención de talentos, entre otras variables.

Por último, la Red Pacto Global Chile, un instrumento de la Organización de Naciones Unidas (ONU), reconoció el Código de Ética de Proveedores y Terceros de Coca-Cola Andina como una práctica destacada en materia de transparencia y lucha contra la corrupción.

Fue en el marco de la presentación de los resultados del Estudio “Sistema de Integración de los Principios de Pacto Global” (SIPP) realizado en conjunto con la Escuela de Sociología de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Andrés Bello, que destaca las mejores prácticas en los cuatro ámbitos que promueve Pacto Global: Derechos Humanos, Relaciones Laborales, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción.

Beneficio de bebidas



NUESTRO ENFOQUE

Nuestra apuesta es brindar opciones para estar y sentirse bien en las categorías de Energía, Hidratación, Nutrición y Relajación.

Ventas light y Zero			
Argentina	Brasil	Chile	Paraguay
9,7%	7,7%	32,0%	2,9%

Portafolio de bebidas

Gaseosas



Jugos



Aguas



Energizantes



Otros



Koolife es una operación perteneciente a Coca-Cola Andina que nació a principios de 2016. Se enfoca en un portafolio “del futuro”, que está conformado por innovaciones y productos del sistema Coca-Cola presentes en mercados más desarrollados y que aparecen como atractivos para desarrollar en Chile. Estos productos buscan hacer frente a las tendencias de las personas que al momento de saciar la sed buscan innovación y atributos adicionales a la hidratación, como: funcionalidad, naturalidad, salud y nutrición. Koolife importa actualmente 17 productos diferentes, entre los que se encuentran aguas de coco, aguas mineralizadas premium, iced-tea premium, batidos proteicos, y versiones especiales de Coca-Cola.



Una bebida para cada necesidad

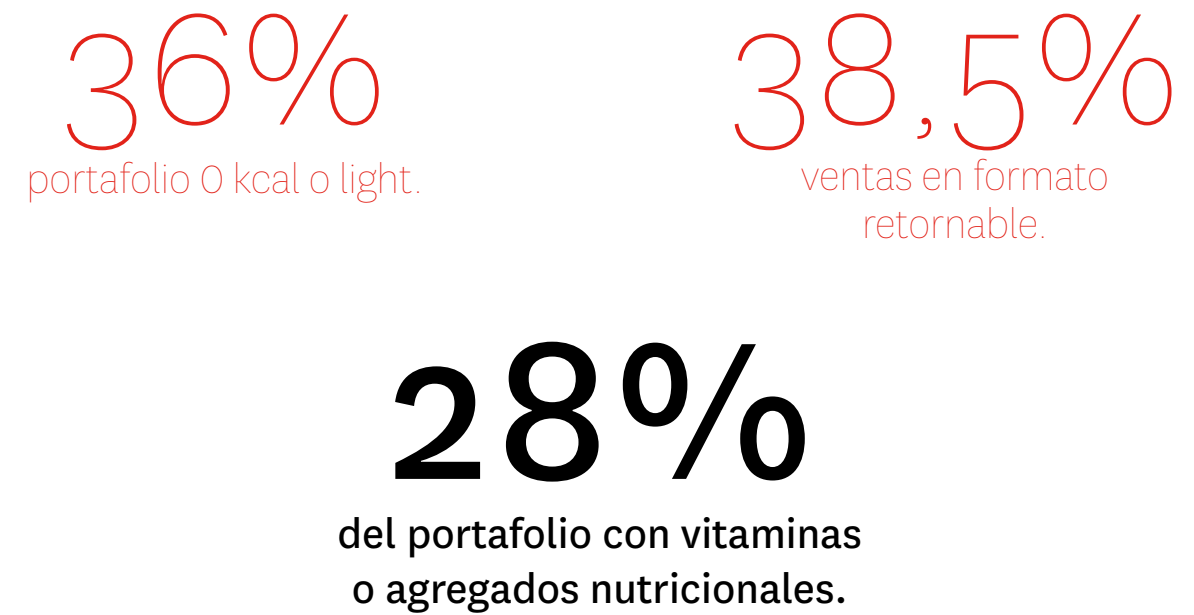
El 49% de nuestros productos es bajo o cero calorías. Buscamos adaptarnos siendo flexibles a las necesidades de los consumidores, modificando recetas, incorporando bebidas sin azúcar, ofreciendo multiplicidad de opciones y disponibilidad para todos nuestros consumidores.

En Coca-Cola Andina acompañamos los cambios en las preferencias de salud y nutrición de nuestros clientes y consumidores, escuchamos a quienes nos eligen y buscamos satisfacer los diferentes gustos, estilos de vida y necesidades de hidratación a través de un variado portafolio de productos.

De este modo ponemos a disposición una amplia línea de bebidas cero y bajas calorías: Coca-Cola Zero; Coca-Cola Light; Coca-Cola Life; Fanta Naranja Zero; Sprite Zero; Crush;

Kuat Zero; Inca Kola Zero; Nordic Mist Zero; Quatro Pomelo; Light Del Valle; Kapo Light; Del Valle Mais Light; Frugos Light; Aquarius; Bonaqua; Kin; Crystal; Dasani; Powerade Light; Schweppes Light; KAPO; Andina del Valle Light; Andrifrut Light; Néctar Andina Light; Uva y Kuat, y en té con la línea Leão Fuze (hot fill), Chá Verde y Fuze Tea Light. Coca-Cola Life evolucionó en su perfil, endulzada naturalmente con stevia y azúcar de caña, aporta sólo 36 calorías por vaso, un 57% menos que la Coca-Cola regular.

Características del portafolio



Ver más: www.koandina.com/

La nutrición, un factor esencial

Más del 30% de nuestro portafolio contiene incremento de ingredientes nutricionales y aporte de minerales. Junto a expertos independientes y científicos asesores, monitoreamos constantemente temas vinculados con la seguridad de los alimentos.

Somos mucho más que la marca líder de bebidas. Somos una compañía que, preocupada con el bienestar integral de trabajadores, clientes y consumidores, ofrecemos un amplio portafolio de bebidas con ingredientes nutricionales y aporte de minerales.

Ofrecemos bebidas con incremento en ingredientes nutricionales (vitaminas, sales, minerales, jugos naturales) tales como jugo listo para tomar línea Nutri (Cepita / Frugos / Del Valle / Andina). También productos que se adaptan a los distintas actividad

que realizan nuestros consumidores como Vitamin Water, Powerade, Burn y Monster.

Las líneas de agua con y sin gas están presente en todas nuestras operaciones para hidratar cuerpo y mente de nuestros consumidores, algunas de las marcas que tenemos en este segmentos son Crystal, Dasani, Bonaqua y Benedictino.

Garantizar la seguridad y calidad de nuestros productos es un compromiso incesante y la responsabilidad más importante que tenemos con los consumidores en todo el

mundo. Esto incluye la obligación de cumplir con las regulaciones gubernamentales de salud de los países en los que operamos, asegurar el monitoreo permanente de normas vinculadas a la seguridad de los alimentos y utilizar materiales de empaque seguros.

Todos los componentes de nuestros empaques son sometidos a evaluaciones de inocuidad y deben ser permitidos para su uso por las autoridades sanitarias en todos los países en los que se comercializan nuestros productos.



LANZAMIENTOS 2016



PARAGUAY

Schweppes Pomelo.
Sprite Cranberry.
Aquarius Multifruta.



BRASIL

Monster.
Coca-Cola Stevia.
Coca-Cola Cherry.
Coca-Cola Vainilla.



CHILE

Monster (Energy, Ultra, Lo-Carb y Ripper).
Coca-Cola Vainilla.
Coca-Cola Vainilla Zero.
Koolife.
Coca-Cola (Cherry, Vainilla y Coca-Cola sin cafeína).
Smartwater (Agua Plain).
Gold Peak (Ice Tea, Green Tea y Unsweetened).
Gold Peak Diet (Diet Tea).
Core Power (Vainilla, Chocolate y Banana).
Zico (Agua de coco y Chocolate).



ARGENTINA

Schweppes Zero.
Aquarius cero levemente gasificada.
Powerade Zero.

Con la más alta calidad

Nuestro Sistema cuenta con los más elevados estándares para garantizar la calidad de las bebidas, asegurando su consistencia y confiabilidad. Las mejores prácticas internacionales guían nuestra gestión y alcanzan a personas, procesos y productos.

- El 100% de nuestras plantas productivas y principales centros de distribución en los cuatro países en los que operamos cuentan con certificaciones en:
- Calidad: ISO 9001.
 - Medioambiente: ISO 14001.
 - Seguridad y Salud Ocupacional OHSAS 18001.
 - Inocuidad de los alimentos FSSC 22000.
 - FSSC 22000 incluye ISO/TS 22002.
 - KORE: Requisitos corporativos de “The Coca-Cola Company”.
 - RP - Auditoría de SGP Resultado Verde 2014 (Brasil y Chile).

Nuestro Sistema Integrado de Gestión nos permite trabajar conforme a estándares internacionales. La calidad siempre fue un tema central para Coca-Cola Andina y se refleja en la adopción de estándares de clase mundial para nuestras plantas productivas y centros de distribución de los cuatro países en los que operamos.

La certificación de seguridad alimentaria FSSC 22000 garantiza la inocuidad de nuestras bebidas. Procesos e instalaciones incorporan criterios de salud y seguridad ocupacional, ecoeficiencia en el uso de recursos, minimización de desechos y reciclaje. Al mismo tiempo, desarrollamos programas para monitorear la calidad y seguridad de los alimentos, con el objetivo de preservar continuamente la salud y seguridad de los consumidores.

Realizamos auditorías al proceso de producción y productos terminados. Certificamos normas internacionales de seguridad alimentaria; implementamos análisis de peligros, evaluaciones de riesgos físicos, químicos y biológicos que puedan impactar en la salud de los consumidores. Efectuamos mejoras de infraestructura para incrementar el nivel de inocuidad en la

recepción de materias primas, elaboración y almacenamiento de producto terminado.

KORE es un exigente programa desarrollado por The Coca-Cola Company y diseñado específicamente para nuestra actividad, que incorpora normas y requerimientos que van más allá del alcance de las certificaciones ISO, basándose en las mejores prácticas internacionales en Calidad, Medioambiente y Seguridad. Es de aplicación obligatoria por toda operación propia o franquiciada de Coca-Cola en el mundo.

Los procedimientos, instrucciones y anexos que componen el Sistema Integrado de Gestión son revisados ante cambios en los requerimientos, manteniéndose actualizados la metodología y los registros. Si se cumplen estos requisitos se está cumpliendo con KORE, la legislación vigente, los estándares internacionales ISO y OHSAS a los que adherimos.

The Coca-Cola Company posee un organismo propio de auditoría denominado GAO (Global Audit Organization), que desde 2013 mantiene un esquema de auditorías programadas y no programadas para verificar el cumplimiento de la norma.

Etiquetado con información nutricional

Creemos en la importancia de informar y capacitar a los consumidores a través de nuestras etiquetas. Entendemos que deben tener un rol activo y responsable y por esta razón proporcionamos información nutricional objetiva, significativa y comprensible sobre todos nuestros productos.

El etiquetado nutricional basado en la evidencia permite a nuestros consumidores tomar decisiones que satisfagan sus requerimientos nutricionales y de energía individuales y los de sus familias.

No sólo adoptamos la normativa antes de que estuviera vigente, sino que voluntariamente hemos ido incluyendo la información necesaria para guiar a nuestros consumidores en sus decisiones de consumo. Somos la primera compañía de bebidas a nivel mundial que se comprometió a colocar el contenido de calorías y cantidad de azúcares, grasas totales y sodio en las etiquetas de los productos de nuestro portafolio.

Utilizamos las Guías Diarias de Alimentación (GDA), que son una herramienta de información nutricional presentada en formato de tabletas en el etiquetado de los productos. Está basada en evidencia para ayudar a los consumidores a seleccionar dietas que satisfagan las necesidades nutricionales y energéticas individuales.

Las GDA son aplicadas en América del Sur por diferentes compañías de alimentos y bebidas en forma voluntaria. De acuerdo con la política global de Coca-Cola, todas las etiquetas (excepto vidrio y agua) deben contener las GDA. En América Latina, Coca-Cola presenta la cantidad de calorías, junto con el porcentaje del Valor Diario (%VD) en el frente de los empaques, siendo coherente con el compromiso de ofrecer a los consumidores información nutricional transparente de sus productos.



Indicador de Desempeño Clave en la Sustentabilidad

	Argentina			Brasil			Chile			Paraguay		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Calidad del producto												
Rating de calidad del producto BPQI (por sus siglas en inglés: Beverage Product Quality Index).	93,50%	91,60%	92,10%	96,80%	94,10%	93,30%	95,20%	96,20%	86,20%	94,60%	97,60%	93,80%





Marketing responsable

No dirigimos publicidades ni promociones a niños menores de 14 años para aquellos productos con contenido clasificado como “alto en azúcar”, es decir que contengan 6 gramos por cada 100 mililitros de azúcar.

Además, un panel de información nutricional provee datos adicionales sobre proteínas, carbohidratos, fibra y, cuando el producto los contiene, minerales y vitaminas. También se encuentra el porcentaje del valor diario recomendado de los mencionados nutrientes en una dieta de 2.000 calorías diarias.

Los endulzantes no calóricos utilizados en las bebidas gaseosas light/zero de la Compañía son seguros para toda la población, incluyendo niños mayores de 2 años, mujeres embarazadas y en período de lactancia. Esto está avalado por organismos internacionales, tales como la Administración Federal de Drogas y Alimentos de los EE.UU (FDA por sus siglas en inglés), la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), la Organización Mundial de la Salud (WHO), el Comité Mixto de Expertos en Aditivos Alimentarios de la FAO/WHO (JECFA) y la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA).

Ingesta diaria de líquido adecuada según edad

 Bebés	0-6 meses 3,5 vasos (0,7L), lactancia materna exclusiva preferentemente.	7-12 meses 4 vasos (0,8L) lactancia materna exclusiva preferentemente y alimentos y bebidas complementarios, Incluye 3 vasos (0,6L) de líquido en total, que comprende leches maternizadas, jugos y agua potable.
 Niños y niñas	1-3 años 6,5 vasos (1,3L) de líquido en total, lo que incluye 4,5 vasos (0,9L) de bebida en total incluida el agua potable.	4-8 años 8,5 vasos (1,7L) de líquido en total, lo que incluye 6 vasos (1,2L) de bebida en total incluida el agua potable.
 Adolescentes	9-13 años Varones: 12 vasos (2,4L) de líquido en total, lo que incluye 9 vasos (1,8L) de bebida en total incluida el agua potable.	Mujeres: 10,5 vasos (2,1L) de líquido en total, lo que incluye 8 vasos (1,6L) de bebida en total incluida el agua potable.
 Adultos	14-18 años Varones: 16,5 vasos (3,3L) de líquido en total, lo que incluye 13 vasos (2,6L) de bebida en total incluida el agua potable.	Mujeres: 11,5 vasos (2,3L) de líquido en total, lo que incluye 9 vasos (1,8L) de bebida en total incluida el agua potable.
	19-70 años o más Varones: 18,5 vasos (3,7L) de líquido en total, lo que incluye 15 vasos (3L) de bebida en total incluida el agua potable.	Mujeres: 13,5 vasos (2,7L) de líquido en total, lo que incluye 11 vasos (2,2L) de bebida en total incluida el agua potable.

* Institute of Medicine of the National Academy of Sciences (Instituto de Medicina de la Academia Nacional de Ciencias de EEUU.)



Es importante recordar que cuando se trata de mantener un peso equilibrado todas las calorías cuentan, sin importar de qué alimento o bebida provengan, incluyendo las de nuestras bebidas calóricas.

El Sistema Coca-Cola ofrece una amplia variedad de bebidas con opciones regulares, bajas en y sin calorías, y una gama de tamaños para que las personas puedan decidir cuáles de ellas se ajustan mejor a sus necesidades y estilos de vida.

Si te interesa conocer más de nuestras bebidas:

Instituto de Bebidas para la Salud y el Bienestar:
www.beverageinstitute.org

Instituto Europeo de Hidratación

Marca Coca-Cola:
www.coca-colacompany.com/brands/all

Las campañas de marketing a nivel nacional son diseñadas en conjunto con The Coca-Cola Company. Contamos con una política de marketing responsable, que estipula que no se dirige publicidad a niños menores de 14 años para ninguno de los productos de la Compañía que sean altos en azúcares, no se pauta publicidad en medios cuya audiencia de niños menores de 14 años es mayor a un 35% y no se muestra a niños menores de 14 años bebiendo ninguno de los productos sin la presencia de un adulto responsable.

Toma una bebida con cada alimento y refrigerio.

Elige bebida que disfrutes.

Consume frutas y verduras.



No te atengas exclusivamente a tu sed.

Conserva las bebidas a temperaturas moderadas.

Elige bebidas que correspondan con tu grado de actividad física y estilo de vida.



*Nota: Alto en azúcares, este logo es para alimentos que tengan azúcar adicionada y contengan más de 22,5% de azúcar en su formulación. Entonces, no aplica para productos que tienen azúcar natural como frutas o jugos sin azúcar adicionada.

Beneficio de bebidas en la Cadena de Valor

La construcción de un estrecho vínculo de cooperación con nuestros clientes es la clave para asegurar que nuestras bebidas y el mensaje que queremos transmitir llegue con los mayores estándares de calidad a manos de nuestros consumidores.

CLIENTES

Generamos con nuestros clientes una relación de largo plazo. Contamos con diversos canales para brindarles información sobre nuestros productos y conocer sus opiniones y expectativas. Cada operación cuenta con un Centro de Contactos que recibe las consultas y reclamos de los clientes por medio de diferentes vías: página web, llamadas telefónicas, correo electrónico y mensaje de texto por teléfono celular.

Trabajamos activamente para conocer su grado de satisfacción con nuestros servicios, lo hacemos por medio del Servicio de Atención al Cliente y las Encuestas de Satisfacción. Evaluamos factores tales como vendedor, despacho, apoyo comercial, facturación, oferta de variedades de producto, calidad, rentabilidad, atención telefónica y servicio técnico, entre otros.



También, a través de la medición de desempeño de Coca-Cola Andina, podemos compararnos mes a mes en distintas variables buscando la mejora continua en nuestro servicio al cliente, ya que contamos con información de desempeño por embotellador y por canal en las variables ventas, entregas y comercial/financiera.

Customer Service Brand Love

	2016
Argentina	86,3%
Brasil	N/A
Chile	75,4%
Paraguay	86,8%

Nota: medición de amor a la marca.

CONSUMIDORES

Nos comunicamos por intermedio del Centro de Contacto Telefónico y por la página web y las redes sociales.

El contacto con los consumidores se realiza a través del canal de The Coca-Cola Company, que en sus procedimientos de gestión tiene determinados los casos en los que es requerido que escale y resuelva el embotellador.

En caso de que los consumidores se contacten directamente a nuestras operaciones, se registra el contacto y se deriva a The Coca-Cola Company para dar igual tratamiento.

¿Cómo contactarse al Servicio de Atención al Cliente?

Argentina	Información al consumidor: 0800 8888 888 Teléfono al 0810-7777-888 Mensaje de texto al 3516212622
Brasil	Teléfono al 0800-0235338 www.coca-colabrazil.com.br SAC 0800-0212121
Chile	Hola Coca-Cola 800 219 999
Paraguay	Teléfono al 0800-115555 *2622 desde el teléfono móvil Correo electrónico a.sacc@py.kopolar.com



ATENCIÓN A CLIENTES VÍA CALL CENTER

Total de llamadas
1.078.275

Solicitudes
(servicios, visitas, etc.)
20,6 %

Reclamos
10,5 %

Consultas
36,4%

Pedidos (ventas)
32,5%



CHILE

Nos adaptamos a la nueva Ley de Etiquetado

En 2016 fuimos la primera compañía en aplicar la normativa que busca regular el etiquetado de alimentos respecto a su información nutricional, la publicidad dirigida a niños y la venta en escuelas de determinados productos.

Entregar información a los consumidores que contribuya a una mejor elección de sus alimentos es un derecho y una obligación. En respuesta a ello es que en junio de 2016 Chile puso en vigencia la Ley 20.606 de Etiquetado, que obliga a rotular los envases con el sello de advertencia “ALTO EN”, que indica que ese producto contiene altos niveles de azúcares, sodio, grasas saturadas y/o calorías; restringe la publicidad dirigida a menores de 14 años de esos alimentos, además de su venta, promoción y entrega gratuita en establecimientos educativos.

La normativa, pionera en el mundo por su nivel de exigencia, fue adoptada por Coca-Cola Andina e interpretada como una oportunidad para desarrollar un portafolio con amplitud de versiones de bebidas regulares bajas en azúcar y sin azúcar.

En este contexto, reformulamos seis marcas (Quatro, Nordic, Cantarina, Andina del Valle, Aquarius y Kapo) y lanzamos Andina del Valle 0% azúcar añadida, lo que nos permitió tener el 80% de nuestros SKU sin el rótulo “ALTO EN” y poner a disposición versiones con menos azúcar o sin azúcar para más del 90% de nuestros clientes.

En promedio, bajamos un 9% de las calorías y 9% el azúcar de las bebidas y aumentamos en 2.6 puntos el mix de productos bajos y sin azúcar, pasando del 23.9% en 2015 a 26.5% en 2016.

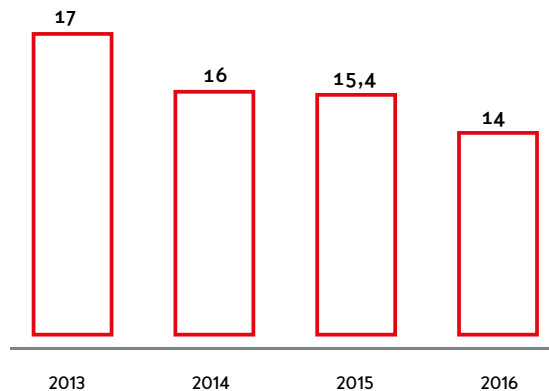
El desafío, que comenzamos a abordar en 2015 con la reformulación del portafolio de productos, incluyó en 2016 el cambio de etiquetado siendo los primeros proveedores en salir al mercado con los nuevos rótulos (Ver gráfica).

La aplicación de la norma demandó inversiones para la modernización del parque de envases y en las líneas de producción (etiquetadoras) para el lanzamiento de bebidas retornables versión Zero; capacitaciones a todos los trabajadores de la Compañía y el desarrollo de un equipo de embajadores preparado para hacer frente a las dudas y consultas; formaciones a clientes, fundamentalmente los pertenecientes al Canal Educación dado el impacto de la Ley en los establecimientos educativos, y stakeholders sobre sus implicancias.

En 2017 seguiremos ampliando la cobertura de productos con bajo contenido de azúcar o sin azúcar (Coca-Cola Zero, Coca-Cola Light, Fanta Zero, Sprite Zero, Nordic Zero) y ajustando las fórmulas en esa dirección, comprometidos con el propósito de ofrecer un portafolio de bebidas saludable con opciones de consumo para satisfacer los diferentes gustos, estilos de vida y necesidades de hidratación.



REDUCCIÓN DE AZÚCAR (GR X 200ML)



ARGENTINA

Una herramienta para la calidad de nuestras bebidas

Desde que se puso en marcha, el Programa de Análisis Sensorial forma panelistas que son parte activa del proceso de producción y control de calidad de los productos y verdaderos embajadores de nuestra marca.



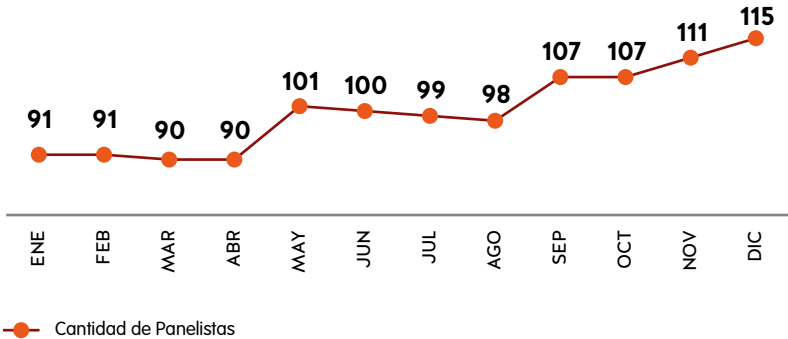
Convencidos de que cada trabajador es un representante de Coca-Cola Andina en su comunidad y guiados por el propósito de inspirar y reconocer en cada uno de ellos a un verdadero embajador, instauramos el Programa de Análisis Sensorial, un mecanismo para la evaluación de la calidad de nuestras bebidas.

La iniciativa, nacida a la luz de los requisitos Kore, experimentó en 2016 un gran crecimiento que se tradujo no sólo en un aumento del número de panelistas en-

trenados, sino además en un importante nivel de liberación de lotes de productos con el testeo cumplido y llevado a cabo satisfactoriamente.

En Planta Montecristo, el Programa arrancó el año con 91 panelistas y finalizó con 115, por lo que la cifra aumentó un 30% entre enero y diciembre (Ver gráfico 1). Las áreas con mayor cumplimiento de asistencia fueron: Corporativo (75%), Calidad (69%), Jugos (68%) y Laboratorio de No Carbonatados (58%).

PANELISTAS CAPACITADOS
Gráfico 1

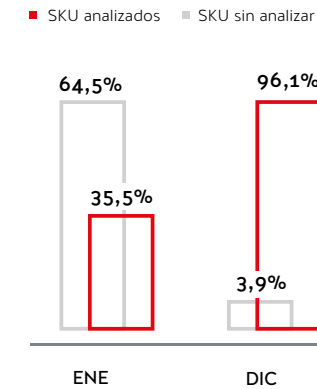


PRODUCCIÓN ANALIZADA

En enero de 2016, los productos que formaban parte del Programa de Análisis Sensorial representaban el 35,5% del total de SKU elaborados en Planta Montecristo.

A través de capacitaciones para nuevos panelistas y actualizaciones de sabores para los ya certificados, a diciembre de ese mismo año aumentamos la cantidad de SKU analizados a 96,1%, lo que implica un incremento del 60,6% en apenas 12 meses (Ver gráfico 2).

SKU ANALIZADOS
Gráfico 2



SKU (Stock-keeping unit) es un número que hace referencia a cada producto terminado o material inventariado. En este caso, el total de SKU hace referencia a todos los productos terminados y materias primas que deben formar parte del Programa de Análisis Sensorial.

Vida activa y saludable

NUESTRO ENFOQUE



Nuestro compromiso es impulsar una vida activa y saludable, tanto entre nuestros colaboradores como en la comunidad.

Promovemos el bienestar integral de las personas a través de iniciativas que fomentan estilos de vida activos, manteniendo un balance entre una alimentación adecuada y la práctica regular de actividad física.

En todas las iniciativas que llevamos a cabo destacamos valores como el juego limpio, el trabajo en equipo, la alegría y la amistad.

Kcal/lit vendidos			
Argentina	Brasil	Chile	Paraguay
371,8	382,7	276,2	367,4

Siempre en movimiento

COPA COCA-COLA

Este torneo de fútbol es la expresión deportiva intercolegial más importante a nivel regional, con la participación de jóvenes de entre 13 y 15 años de edad.

La Copa Coca-Cola rescata los valores esenciales del deporte: el compañerismo, el juego limpio y un estilo de vida activo.

Estamos convencidos de que la unión entre actividad física y diversión es el mejor camino para transitar a pleno todas las etapas de la vida, por eso Copa Coca-Cola fomenta y promueve:

- > Los beneficios de una vida sana y activa.
- > La libre expresión de los jóvenes a través del deporte, complementando su formación intelectual.
- > El respeto, el juego limpio, la sana competencia y el trabajo en equipo.
- > El sentido de pertenencia y la interacción entre los participantes.

Nació hace 15 años en más de 15 países de todo el mundo, cuyos campeones participan de la Copa Coca-Cola internacional. En cada uno, el programa se apoya en la generación de alianzas con entidades sociales, deportivas y gubernamentales de todas las ciudades donde se desarrolla la Copa Coca-Cola, contribuyendo a fortalecer el tejido social.

		Jóvenes inscritos	Equipos inscritos	Ciudades alcanzadas	Partidos jugados
Argentina					
2014		12.032	752	28	1.175
2015		3.468	120	36	221
2016		1.650	24		39
		1.656	92	12	63
		1.008	56	4	21
Chile					
2014		6.000	248 M y 8 FF	De Arica a Punta Arenas	
2015		18.040	902		906
2016		2.970	207	16	728
		18.860	944	12	981
		3.972	331	5	754

DALE JUGUEMOS - OYE JUGUEMOS

Con el propósito de contribuir al bienestar de los niños y niñas dentro de la escuela, en el 2016 se realizó por octavo año consecutivo el programa Dale Juguemos en nuestras operaciones de Argentina, Chile y Paraguay.

La propuesta promueve la actividad física en los recreos de colegios primarios públicos de manera atractiva y segura, incentiva los valores de compañerismo a través del juego y brinda información nutricional para acercar a los chicos a estilos de vida más saludables.

En Chile, la iniciativa está orientada a establecimientos educativos de zonas vulnerables ubicados en la Región Metropolitana y Antofagasta.

La experiencia de estos años refuerza la idea de que el ejercicio físico realizado de manera regular no sólo resulta beneficioso para el bienestar corporal sino también emocional, y contribuye a desarrollar valores como disciplina, constancia, solidaridad, trabajo en equipo, respeto y tolerancia.

Existen tres líneas de trabajo:

1. Talleres para comunidad escolar.
2. Activación de recreos saludables.
3. Kit de materiales deportivos.

A partir de la implementación del programa, un

70%

de los docentes considera que son muchos los chicos que se mueven más en los recreos.



Año 2016	Escuelas	Docentes	Niños
Argentina	30	589	12.376
Chile	90	1.710	50.235
Paraguay	70	600	12.935

79,5%

de los docentes afirman que los alumnos se pelearon menos en los recreos gracias a los materiales donados

Desde el 2008 el programa llegó a más de

761.000

alumnos, más de 1.900 escuelas públicas primarias de Argentina y a más de 26.000 docentes.



FESTIVAL DA ESCOLAS

Conscientes de que los jóvenes son el futuro, en 2016 continuamos desarrollando el programa Festival da Escolas en Brasil, que les propone poner en práctica actividades en favor del bienestar y la creatividad trabajando en equipo. Consiste en premiar las mejores experiencias vinculadas al deporte, la danza o acciones al aire libre, que son plasmadas por los participantes en textos, videos o puestas en escena a través de fotos e imágenes. Más allá de los reconocimientos, gracias a estas vivencias los jóvenes internalizan valores que fomentan el compañerismo y la sana competencia, y que los acompañarán a lo largo de su vida.

HIDRATACIÓN DURANTE LA VIDA ACTIVA

Como todos los años, nuestra marca Powerade tiene un rol fundamental en la hidratación de los deportistas. En 2016 hidratamos a miles de participantes de maratones, siendo sponsor de distintos eventos que se organizan en las ciudades donde operamos.

Las líneas de agua mineral también son un eslabón clave en las actividades físicas y por ese motivo están presentes en eventos como Rally Dakar, juegos olímpicos, entre otros.



INSTITUTO DE BEBIDAS PARA LA SALUD Y EL BIENESTAR

El Instituto de Bebidas para la Salud y el Bienestar (IBSB) es parte del compromiso continuo de The Coca-Cola Company por promover el avance del conocimiento científico y el entendimiento sobre: bebidas, hidratación y estilos de vida activos y saludables.

Busca servir como recurso de información para profesionales de la salud en materia de ciencia, seguridad, beneficios de las bebidas e ingredientes, importancia de la dieta, la nutrición y la actividad física para la salud y el bienestar.

> Ver más:
www.institutodebebidas.org/

POR UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE

Continuamos llevando a cabo programas de asesoramiento nutricional en planta buscando mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores, a través de asistencia profesional accesible y gratuita.

A su vez, los complementamos con capacitaciones sobre marcas e ingredientes de bebidas, con el propósito de que los trabajadores incorporen conceptos fundamentales sobre hidratación, balance de calorías, hábitos para una buena alimentación y conozcan las opciones que más se adecuan a su estilo de vida.

Durante el 2016, los profesionales del programa trabajaron en conjunto con el servicio de comedor en planta para mejorar los menús y porciones. Aunque la educación y la prevención comienzan por casa, en Coca-Cola Andina nos preocupamos por el cuidado de la salud de nuestra gente.

CANCHAS PARA CHILE

Comenzó en el 2014 y su éxito en todo el país no paró. Se trata de la iniciativa Canchas para Chile, que logró rescatar, implementar y poner en marcha espacios deportivos en zonas particularmente vulnerables.

Como Coca-Cola Andina participamos activamente de la construcción de estos espacios comunitarios en todas nuestras zonas de operación.

En mayo 2016, fue el turno de Renca. El lugar está emplazado en la Municipalidad de Renca, y para embellecerlo y darle vida participaron la fundación Mi Parque, alumnos del colegio Cumbre de Códorres de la misma comuna, clientes del canal tradicional y por supuesto, nuestro equipo de voluntarios Coca-Cola Andina, con toda su energía y optimismo.





BRASIL
Coca-Cola Andina es de oro



En 2016, 16 trabajadores de Brasil, Argentina, Paraguay y Chile cumplieron el sueño de representar a la Compañía en los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro, el acontecimiento deportivo más grande del mundo que por primera vez en la historia pisó suelo latinoamericano.

En un estallido descomunal de color, belleza y alegría, el 5 de agosto de 2016 la antorcha olímpica, símbolo del espíritu deportivo de los Juegos Olímpicos, se encendió en el mítico estadio brasileño de Maracanã y con ella la ilusión de 10.500 atletas de 206 países.

Durante la competencia, la primera en la historia en realizarse en tierra sudamericana, se disputaron 306 eventos de un total de 42 disciplinas de 28 deportes, en 33 estadios de cuatro regiones de Río de Janeiro: Barra de Tijuca, Copacabana, Deodoro y Maracanã. La novedad fue la inclusión del golf y el rugby, que volvieron después de 112 y 92 años, respectivamente.

Gracias a una millonaria inversión, la “Ciudad Maravillosa” - reconocida en el mundo entero por su encanto tropical fusionado a la perfección con su arquitectura urbana cosmopolita - transformó su fisonomía habitual con una mayor infraestructura al servicio del turista; nuevos estadios e instalaciones deportivas y la puesta en valor de sitios emblemáticos de la capital carioca.

Y allí, en medio de la efervescencia y el hambre de gloria, estuvo Coca-Cola para sellar una vez más la alianza histórica con el movimiento olímpico y el deporte, compartiendo los valores de la excelencia, la amistad y el respeto, e impulsando a través de nuestra bebida un estilo de vida activo y saludable.

Quisimos estar como marca y como compañía, y por eso enviamos a 16 colaboradores de Brasil, Argentina, Paraguay y Chile a presenciar un evento cargado de emoción que favoreció el encuentro, el intercambio y la integración entre los representantes de las cuatro operaciones. Un equipo de Oro con actitud positiva que colocó el orgullo Andina en lo más alto.

Durante los Juegos Olímpicos, creamos “Parada Coca-Cola” en colaboración con SuperUber, un espacio especialmente diseñado por el estudio brasileño Atelier Marko Brajovic que invitó a los visitantes a sumergirse en experiencias multisensoriales vibrantes y de alta tecnología diseñadas para compartir momentos dorados.

Ubicado en una revitalizada zona de Río de Janeiro conocida como Pear Mauá, desde el boulevard la gente fue atraída hacia una sala de inmersión que introdujo al público en el mágico mundo Coca-Cola para luego abrir las puertas de una enorme instalación donde cada persona pudo crear su propia vivencia narrativa.

En el centro del ambiente, más de quinientas esferas de acrílico translúcido simulaban el comportamiento físico de las burbujas del gas; mientras en los alrededores la gente pudo tomarse fotos divertidas y creativas usando lentes de refracción y caleidoscopios personalizados; protagonizar su propio video al estilo Matrix; vivir la experiencia fotográfica de la realidad aumentada o realizar ‘batallas’ de baile en vivo entre amigos de la mano del famoso juego “Just Dance”.

En 17 días, pasaron por “Parada Coca-Cola” 86 mil personas que propiciaron 200 millones de intervenciones en las redes sociales, llevando el espíritu Coca-Cola a todos los rincones del planeta.



Guardianes del agua



NUESTRO ENFOQUE

El agua es un recurso fundamental para la vida y, conscientes de ello, procuramos un uso responsable, desarrollamos procesos que permitan mayor eficiencia en su consumo y reponemos este vital recurso a la naturaleza.

Ratio de Agua (litros consumidos/litros de bebida producidos)			
Argentina	Brasil	Chile	Paraguay
2,22	1,70	2,51	2,10

Protegemos el agua, protegemos la vida

El elemento principal de nuestras bebidas es agua, a la que agregamos otros ingredientes para brindarle nutrientes, vitaminas y sabor único. Cuidar este recurso vital a través de su reducción, reutilización, reciclaje y reposición es un eje fundamental del Sistema Coca-Cola.



El agua es un recurso precioso y fundamental para la vida, y su cuidado durante todo el ciclo productivo es de los principales ejes estratégicos de la Compañía. Crear una diferencia significativa exige concentrar esfuerzos más allá de los límites de nuestras propias plantas embotelladoras.

En Coca-Cola Andina somos verdaderos guardianes del recurso hídrico a través de la promoción de proyectos que no sólo contribuyen a mejorar la eficiencia hídrica, sino que también colaboran en la protección y conservación de las fuentes de agua y en el acceso seguro a éstas, por parte de las comunidades donde operamos.

En este sentido, trabajamos activamente en varias líneas de acción realizando alianzas estratégicas con organizaciones que conocen la problemática local. Un

concepto clave - materializado en un proyecto de trabajo concreto - es el de reponer (replenish en inglés) o devolver el agua que utilizamos en nuestras bebidas a la naturaleza.

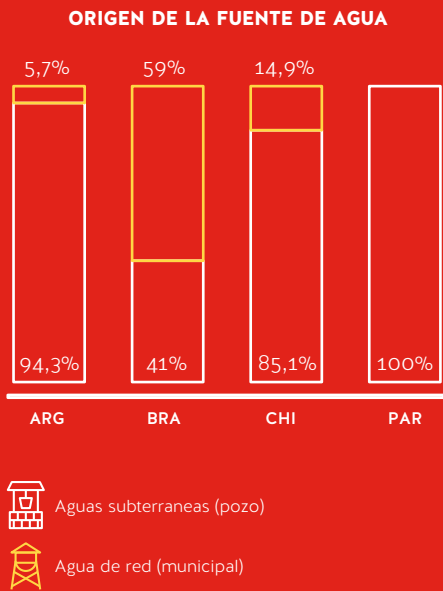
Esta tarea tiene el doble propósito de conservación de las cuencas hidrográficas para la sostenibilidad y el acceso al agua como derecho humano en los lugares donde tenemos presencia, obteniendo resultados cuantificables en tres categorías:

- › Protección de cuencas hidrográficas.
- › Agua para usos productivos.
- › Acceso al agua potable en comunidades.

Todas nuestras plantas embotelladoras cumplen con estudios de vulnerabilidad de las fuentes, que son realizados por entidades ex-

ternas avaladas por The Coca-Cola Company. El objetivo es analizar periódicamente el contexto geológico, hidrológico, usos del suelo y particularidades que puedan afectar a las fuentes de agua; y de esta manera mantener planes de mitigación de los potenciales riesgos que se identifiquen.

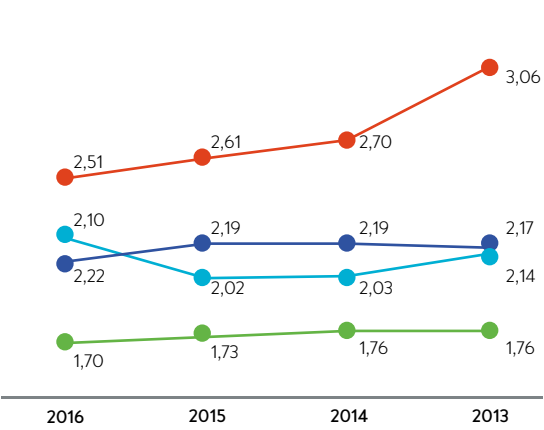
Los tratamientos de efluentes se miden con estándares KORE, los cuales son más estrictos que las leyes aplicables de cada país; este listado de parámetros se debe cumplir para poder descargar el efluente. Quienes monitorean los tratamientos día a día son los equipos de medio ambiente de cada planta embotelladora y periódicamente se envían muestras a laboratorios externos avalados por The Coca-Cola Company.



Iniciativas destacadas



Indicador de Desempeño Clave en la Sustentabilidad
Litros de agua utilizada por litro de bebida producida



Consumo de agua (en litros) *

Consumo de Agua (en litros)	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Argentina ¹	1.694.360.700	1.873.029.865	2.061.169.755	2.661.571.787	2.692.832.790	2.752.280.913
Brasil ²	1.909.754.000	1.815.232.000	1.884.794.000	1.906.945.242	2.422.473.000	2.197.955.000
Chile ³	1.391.200.000	2.823.436.707	2.887.571.404	2.570.378.697	2.454.498.180	2.360.736.000
Paraguay ⁴	746.510.300	819.494.770	765.562.370	768.418.161	772.119.270	746.510.300
Vertido total de aguas residuales (en litros) tratadas en plantas de efluentes PROPIAS						
Argentina ⁶	630.895.000	695.480.000	754.808.465	973.027.890	949.811.532	1.093.905.242
Brasil ⁵	530.650.000	368.085.000	415.232.000	582.413.226	678.639.000	542.863.080
Chile ⁶	415.239.000	421.979.000	680.307.658	1.122.048.901	531.720.000	-
Paraguay ⁶	373.478.000	329.006.540	320.489.110	290.687.081	409.630.540	389.538.000
Vertido total de aguas residuales (en litros) tratadas en plantas de efluentes EXTERNAS						
Argentina					407.062.085	67.070.000
Brasil						199.486.000
Chile						1.313.359.632
Paraguay					-	-

(1) Corresponde a la Planta de Córdoba, cuya fuente es 100% acuífero subterráneo.
(2) Incluye locaciones Jacarepagua y Victoria. Se utiliza agua subterránea (pozos) y agua de la municipalidad (tratada y canalizada por la red pública).
(3) Corresponde a la Planta de Renca. Inaugurada en 2012. La extracción de agua se realiza a través de agua subterránea. Los acuíferos explotados corresponden al sector Santiago Central, según denominación de la Autoridad de Aguas de Chile, DGA. Se utiliza agua de red, como agua potable para camarines, baños y casinos.
(4) Abastecimiento de agua subterránea proveniente del Acuífero Patriño, mediante pozos artesianos profundos de más de 150 metros.
(5) La totalidad de las aguas residuales son tratadas externamente en planta Mapocho-Treba perteneciente a la empresa Aguas Andinas.
(6) 100% Tratamiento en plantas de efluentes.

REUTILIZACIÓN GRACIAS A LA INCORPORACIÓN DE NUEVA TECNOLOGÍA

Todas las líneas de producción cuentan con sistemas de CIP automáticos (Cleaning in Process), un proceso de limpieza y saneado de los conductos de las líneas de cambio para sabores que nos permite ahorrar agua y energía. El agua del último enjuague es almacenada en tanques acondicionados para tal fin, y luego es reutilizada en el primer enjuague del siguiente proceso de limpieza.

También en la incorporación de nuevas líneas de embotellado se introduce la tecnología de soplado y llenado como un solo bloque, de esta manera se evita dividir estos procesos reduciendo el consumo de agua para enjuague de botellas sopladas.

EFICIENCIA EN LÍNEAS RETORNABLES

Las líneas que embotellan productos retornables consumen más agua que aquellas que embotellan productos de un solo uso. Por lo tanto, la tecnología de las lavadoras es un pilar fundamental para el ahorro y reutilización de agua en el proceso.

Los últimos esfuerzos permitieron ahorrar un 60% en el lavado de los envases retornables (como por ejemplo la línea 7 liess de Brasil) y un 33% en Chile con la recuperación de agua Flushing. Posterior a los lavados existen puntos críticos de control que inspeccionan las botellas vacías, como así también se realizan tests de laboratorio periódicos que validan los métodos y nuevos proyectos de ahorro de agua.

EFICIENCIA EN PLANTAS DE TRATAMIENTO DE AGUA

Todas las plantas cuentan con un tratamiento de agua de ingreso, ya sea que la fuente sea subterránea, superficial, de red o de lluvia. El objetivo de esta parte del proceso es analizar permanentemente la calidad de agua de origen y procesarla hasta llegar a los parámetros necesarios que se definen para el ingreso a producción de bebidas. La “limpieza” del agua de origen genera rechazos al pasar por los filtros, por tal motivo se incorporan tecnologías de nanofiltrado que reducen estos rechazos mejorando la eficiencia en el consumo.

RECUPERACIÓN DE AGUA DE LLUVIA

Mantenemos los esfuerzos por captar el agua de lluvia para su reutilización, buscando evitar además su potencial contaminación en el curso natural, preservándola para infiltración o evaporación.

PARAGUAY

Gotas de Vida

Los equipos instalados con tecnología Slingshot continúan generando agua potable en las comunidades. El sistema realiza una destilación por compresión de vapor, con lo cual hierve y hace evaporar cualquier frente de agua sucia, lo que permite que el agua pura se condense y recoja.

A través de este proceso, la tecnología Slingshot está diseñada para capturar los residuos y otros materiales retirados de la fuente de agua en una cámara diferente, separada del agua limpia y pura. Estos residuos se desechan de una manera segura y apropiada para el lugar donde se coloca la unidad. Esto implica cambios en los hábitos de vida asegurando el acceso de agua potable a más de 2.300 personas.



ARGENTINA

Protección de Cuencas Hidrográficas - Reserva Natural La Calera

Los proyectos implementados llegaron a su fin con resultados óptimos y superando las expectativas de los técnicos. No sólo podemos estar satisfechos por sus beneficios ecológicos (recuperación de la vegetación y aumento de la infiltración de agua) sino también por el conocimiento que dejaron en los profesionales y la comunidad en general.

El estudio de la Reserva Natural La Calera es un capital para la comunidad científica, que podrá desarrollar y perfeccionar técnicas de forestación. Para los próximos años, el compromiso de The Coca-Cola Company es el mantenimiento del proyecto junto a Fundación Avina y Fundación Vida Silvestre, poniendo especial énfasis en el monitoreo de los reservorios naturales.

CASO DESTACADO

ARGENTINA

Purificadores de vida

En conjunto con la Fundación Ruta 40 llevamos adelante el “Proyecto Agua Segura” que busca garantizar el acceso a este vital elemento en siete escuelas rurales de la provincia de Río Negro, a través de un sistema de filtros purificadores y capacitaciones sobre enfermedades transmitidas por el agua.

El acceso al agua segura es un derecho vulnerado para cientos de comunidades en el mundo. Un ejemplo de ellos son las localidades de Villa Llanquin y Pilcaniyeu y los parajes de Cerro Alto, Corralito, Chacay, Pichi Leufu Abajo y Arriba, todos ubicados en la provincia argentina de Río Negro.

En siete escuelas rurales de esta zona a la que asisten 246 alumnos, Fundación Ruta 40 y Coca-Cola Andina llevan adelante el “Proyecto Agua Segura” con el propósito de acercar agua segura a las comunidades educativas utilizando los filtros LifeStraw.

Se trata de un purificador microbiológico instantáneo que elimina el 99.9% de bacterias, virus y parásitos; purifica en promedio 12 litros por hora; puede abastecer con agua segura a aproximadamente 100 personas por día durante al menos tres años; funciona con aguas turbias y no requiere pilas, energía eléctrica ni conexión a redes de acueducto. Los beneficios de esta innovadora tecnología han sido demostrados por la Organización Mundial de la Salud (OMS) y repartidos en más de 300 países a través de las ONGs más importantes del mundo.

La iniciativa incluye además capacitaciones a las escuelas sobre el armado, uso y cuidado de los filtros; charlas sobre la problemática de las enfermedades transmitidas por el agua; métodos de prevención y la importancia del cuidado del cuerpo y la vida sana.

Los resultados obtenidos son concretos: la comunidad cuenta con agua segura de una manera muy sencilla, eficaz e inmediata; se eliminan parasitosis y otras enfermedades gastrointestinales agudas y crónicas, y los niños se desarrollan de forma sana y adoptan hábitos higiénicos.



El Proyecto Agua Segura ya consiguió llevar agua segura a través de sus filtros y capacitaciones a más de 200 familias, 30 escuelas rurales y 50 centros de evacuados en las provincias de Buenos Aires, San Juan, Entre Ríos, Santiago del Estero, Chaco, Misiones y Salta.



ARGENTINA

Valor en cada gota

En el marco del compromiso global para 2020 de reabastecer a las comunidades y a la naturaleza el 100% del agua que utilizamos, desde 2011 participamos del proyecto de restauración y conservación de los principales humedales del Sitio Ramsar Lagunas de Guanacache, Desaguadero y del Bebedero en el centro-oeste argentino.

En Coca-Cola Andina creemos que el agua es un recurso esencial para la vida, la salud y la prosperidad económica de las comunidades. Por eso nos ocupamos y preocupamos por devolver a la naturaleza lo que utilizamos en productos y procesos productivos, a través de diversos proyectos de reducción del agua utilizada, reciclado y reposición en todo el mundo.

En Argentina logramos el objetivo al concretar el proyecto de restauración y conservación de los principales humedales

del Sitio Ramsar Lagunas de Guanacache, Desaguadero y del Bebedero por el que venimos trabajando desde 2011 en asociación con Fundación Avina, Fundación Humedales, el sector público y la comunidad local.

El área alcanzada se ubica en el centro-oeste argentino, en la zona limítrofe de las provincias de San Juan, Mendoza y San Luis, y ocupa 962.370 hectáreas. Allí residen unas 12 comunidades huarpes y pobladores criollos dispersos que se autodenominan “laguneros”.

Desde mediados del siglo XX, los humedales de Guanacache sufrieron un proceso de degradación debido a la erosión provocada por el manejo inadecuado del agua, la deforestación, el sobrepastoreo del ganado y la invasión de especies exóticas; que provocó la disminución de su superficie y afectó las actividades tradicionales de los pobladores, dejándolos sin agua para riego y provocando inundaciones que aislaron sus asentamientos.

Hasta 2015, Coca-Cola y sus socios embotelladores reabastecieron 191.000 millones de litros de agua al planeta, lo que equivale al 115% del agua utilizada.



Entre el 2011 y 2013 se recuperaron de manera paulatina 10.000 hectáreas de humedales a través de la construcción de nuevas obras y el mantenimiento de las ya realizadas.

Nuestro objetivo fue generar acciones de restauración del ecosistema mediante la construcción de azudes (pequeños diques) que captan agua y sedimentos, y detienen así los fuertes procesos erosivos al tiempo que facilitan este elemento vital para el ganado de las comunidades. Para ello contamos con la colaboración de vecinos de localidades aledañas como El Forzudo y El Retamo.

Gracias al proyecto se recuperaron reservorios de agua dulce, se regaron campos de pastoreo, se renovó la vegetación palustre y retornó la fauna silvestre. Como resultado de las acciones de restauración y recuperación de los servicios de los humedales, se beneficiaron de manera directa 100 familias (unas 400 personas) de la zona.

Por último, si tenemos en cuenta los aprendizajes sociales, esto nos enseña que la planificación y acción participativa con los beneficiarios directos mejora sensiblemente los logros de los objetivos; que los resultados obtenidos facilitan la relación y el apoyo de las organizaciones públicas vinculadas a la problemática y que, en definitiva, la conjunción del saber técnico-académico con el local es clave para generar soluciones acordes a las necesidades.



GRI:
G4-DMA
G4-EN27
G4-EC8
G4-EN9

Gestión de la energía y protección del clima



NUESTRO ENFOQUE

Nos comprometemos a un crecimiento de nuestras actividades industriales y comerciales en armonía con el medioambiente, siendo proactivos e innovadores.

Ratio de uso de energía (MJ/litros producidos)			
Argentina	Brasil	Chile	Paraguay
0,34	0,23	0,29	0,54

Por un futuro sostenible

El 15% de la energía que consume Coca-Cola Andina proviene de fuentes renovables. Para el año 2020 la meta es satisfacer las necesidades del consumidor utilizando la misma energía que en 2010.



La meta de Coca-Cola Andina respecto al consumo de energía se resume en el concepto “Crece el negocio, no el carbono”. Para el año 2020 nos propusimos llegar a satisfacer las necesidades del consumidor, utilizando la misma energía, en valor absoluto, que en el año 2010. Lo hacemos con una estrategia que tiene eje en:

- › Desarrollar una gran variedad de iniciativas destinadas a aumentar la eficiencia energética de nuestras operaciones.
- › Utilizar la huella de carbono como uno de los datos de entrada que se analizan para los proyectos.

Del total de la energía renovable consumida, el 37% proviene de Biomasa y el 62% es hidroeléctrica, mientras que el 1% proviene de generación de biogás.

La innovación para la reducción de consumo es tan importante como las fuentes de generación de energía. De este modo, las últimas construcciones realizadas desde el año 2015 fueron hechas con estándares LEED, lo cual implica un gran esfuerzo económico y técnico.

Uso de energías andina		
Renovable	66.844.617	6%
Eléctrica	550.164.932	47%
Hidroeléctrica	109.958.400	9%
No renovables	452.926.033	38%
	1.179.893.982	
Consumo de combustibles de fuentes renovables		
	2015	2016
	MJ	MJ
Biomasa	153.580.443	65.478.287
Hidroeléctrica	128.975.580	109.958.400
Solar	1.059	600
Biogás	12.636.824	1.365.725
Total Andina	295.193.907	176.803.017

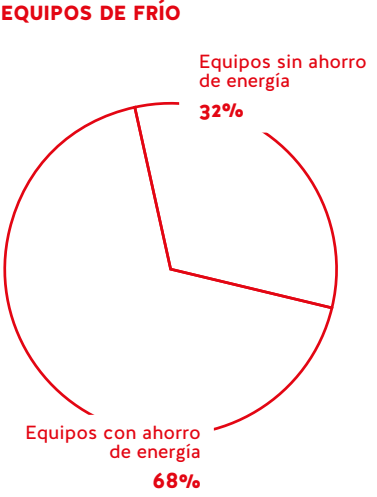
EQUIPOS DE FRÍO EN NUESTROS CLIENTES

Continuamos con el plan de recambio de equipos de frío que comenzó en 2014, cubriendo el 68% del parque de unidades con tecnologías que ahorran hasta un 40% de energía por distintas modificaciones que la hacen más eficiente en su vida útil.

También hubo mejoras respecto a los gases refrigerantes, ya que empleamos gases naturales en reemplazo de no ecológicos; en tanto que para los próximos años está planificado eliminar completamente los equipos que utilicen este tipo de gases.

Asimismo, cada país cuenta con equipos de técnicos para extraer dichos gases de las heladeras que se darán de baja y tratarlos como residuos peligrosos, pudiendo reciclar las distintas partes de los artefactos como vidrio, metales, etc.

Aquellos equipos que poseen controlador Electrónico, LED y CO₂ llegan a ahorrar el 39% del consumo de energía, lo que es beneficioso para toda la comunidad y principalmente para nuestros clientes, ya que reduce sus costos de funcionamiento.



Equipos de frío instalados e inversión

	2014		2015		2016	
	Cantidad	MUSD	Cantidad	MUSD	Cantidad	MUSD
Argentina	5.654	5.962	4.867	5.129	10.013	10.563
Brasil	7.868	5.016	4.636	2.756	11.443	6.803
Chile	5.400	5.587	4.660	4.207	10.311	9.308
Paraguay	1.450	1.500	1.400	1.275	2.877	2.620
Total Andina	20.372	18.065	15.563	13.367	34.644	29.294

Cantidad de equipos instalados : tipo de equipos

	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay
Equipos Solo Controlador Electrónico	6.802	8.809	2.778	14.327
Equipos Solo LED	0	4.486	4.870	5.462
Equipos Solo Controlador Electrónico + LED	39.940	9.134	37.930	24.147
Otros	37.800	4.668	24.285	8.023
Total Andina	84.542	27.097	69.863	51.959

ARGENTINA

PLANTA DE RECUPERACIÓN DE BIOGÁS EN MONTECRISTO

Continúa perfeccionándose para capturar cada vez más biogás, lo cual es un indicador de que el tratamiento está siendo eficiente. Con el objetivo de mantener una temperatura estable durante todo el año, el biogás se usa para la propia calefacción del proceso, y el excedente para reemplazo de gas natural. El efluente resultante del tratamiento es apto para vida acuática y cumple con los parámetros exigidos por Coca-Cola basados en requisitos de la Organización Mundial para la Salud (OMS) y con las exigencias legales vigentes.

1.365.725MJ
de biogás generado en 2016.

REDUCCIÓN DE ENERGÍA EN AIRE DE SOPLADO

Gracias al reemplazo de equipos en las líneas de soplado de botellas PET en la planta instalada en Córdoba, Argentina, se logró reducir el consumo de aire de soplado en un 30%; lo que significa un **ahorro de 600.000 kwh al año**. El proyecto se implementó en septiembre del 2016 y propone hacerse extensivo al resto de las plantas que cuentan con líneas de soplado.

ILUMINACIÓN NATURAL, SOLATUBE

En nuestra planta ubicada en Bahía Blanca se instaló un sistema de iluminación natural, el equipo de ingeniería y calidad decidió avanzar con esta innovadora tecnología que a través de tubos permite el acceso de la luz natural. Actualmente podemos ver su efectivo funcionamiento en el ingreso a línea 4 y el taller de mantenimiento de la planta. Los tubos funcionan a través de un domo ubicado en el techo, que capta la luz del sol y la transfiere a un tubo de alta reflectividad que lo conduce hasta el interior. La ventaja de este tipo de producto es que es posible iluminar naturalmente áreas que no cuentan con ventanas y, a su vez, permite sortear obstáculos intermedios entre el techo y el cielo raso. Los resultados son muy positivos y es por eso que se trabaja con los equipos de abastecimiento para crecer en esta tecnología limpia.



BRASIL

COGENERACIÓN DE ENERGÍA

La Central de Cogeneración de Energía y Planta de Producción de CO₂ y de N₂ garantiza la provisión de energía eléctrica a la operación.

Esta Central de Cogeneración permite el aprovechamiento de más del 70% de la energía térmica proveniente de los combustibles que utilizamos en el proceso de producción.



CHILE

VEHÍCULOS GUIADOS POR LÁSER

La incorporación de 31 vehículos LGV en nuestra planta embotelladora de Renca, reduce nuestras emisiones de carbono, y permite la expansión de tecnología en otros almacenes de la Compañía. La implementación de la plataforma LGV-SAP, mejoró la automatización de altas/bajas de producto y los trasposos interalmacén. Esto significó una reducción del 95% en las diferencias de inventarios. Esta tecnología mejora significativamente la seguridad de los ambientes de trabajo, tal es así que la cantidad de días perdidos por accidentes en depósito, bajó un 31% en los últimos dos años (indicador LTISR, gravedad y cantidad de accidentes).



GRI:
G4-EN3
G4-EN4
G4-EN5
G4-EN7

Iniciativas para la mejora de la eficiencia energética



MEJORES PRÁCTICAS Y ENERGÍA RENOVABLE

La implementación de mejores prácticas de energía se define con el análisis de cuatro variables claves. El equipo evalúa la inversión y determina si es viable económicamente; se tienen en cuenta los beneficios sociales y ambientales, no sólo para la planta sino para la comunidad que la rodea. Por último, e igual de relevante, es la seguridad de los equipos disponibles en el mercado para implementar la tecnología y la continuidad del abastecimiento.

Durante el 2016 se participó de jornadas organizadas por The Coca-Cola Company de Benchmarking, donde embotelladores de distintas partes del mundo exponían sus experiencias y proyectos de ahorro de energía, compartiendo éxitos y dificultades que habían afrontado en la implementación. Para el 2017, se planifica mejorar el sistema de gestión de energía y el desempeño energético resultante; ya que una vez implementadas las mejores prácticas se debe volver a monitorear y proponer iniciativas según la realidad de cada planta y su contexto.

PARAGUAY

PANELES SOLARES

Desde 2012 la planta de Paraguay aprovecha la energía de la radiación solar para servicios sanitarios. A pesar de que esto no es representativo del consumo total de la planta, sirve para analizar los costos y beneficios de la inversión y el real funcionamiento de la tecnología. Los resultados son excelentes y se estudia ampliar esta tecnología para otros servicios.

CALDERA CON ECONOMIZADOR DE ENERGÍA

Al igual que con la tecnología solar, Paraguay trabaja desde 2012 con una caldera preparada para operar automáticamente modulando el tiraje en las chimeneas y las bombas, optimizando el uso de energía. Esta caldera cuenta con un economizador, que aprovecha el calor de los gases emitidos para calentar el agua de alimentación. El combustible utilizado para su funcionamiento es biomasa renovable (carozo de coco, chip de madera o briquetas).

GESTIÓN DE LA ENERGÍA

En la medida en que se amplía la oferta de productos sensibles, nuevas categorías y mayor mix de envases retornables, los procesos requieren un mayor consumo de energía. El desafío constante es reducir ratios de consumo, aún incrementando la oferta de nuevas categorías de bebidas y empaques. Los productos sensibles como jugos, que se envasan en caliente, consumen más energía que cualquier otro producto, esto también afecta a los ratios reportados.

En promedio, en los últimos cinco años el ratio de consumo energético de Coca-Cola Andina se mantuvo constante, incrementando su producción pero no su uso de energía.

Energía utilizada por cada litro de bebida producida - MJ / litro de bebida producida

Operaciones	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010
Argentina	0,34	0,33	0,34	0,30	0,33	0,28	0,30
Brasil	0,23	0,38	0,33	0,30	0,34	0,36	0,41
Chile	0,29	0,28	0,28	0,29	0,31	0,24	0,31
Paraguay	0,54	0,60	0,59	0,55	0,54	0,56	0,56

Nota: los valores de años anteriores al 2012 no tienen en cuenta las plantas que se incorporaron por las fusiones de Coca-Cola Polar y Companhia de Bebidas Ipiranga.

Consumo energético total de la organización (combustibles renovables y no renovables, electricidad adquirida y producida) en MJ

Operaciones	2016	2015	2014	2013
Argentina	415.967.650,39	436.258.050,81	445.780.496,38	381.459.583,50
Brasil	300.542.077,79	532.914.687,48	357.552.232,95	322.477.904,40
Chile	270.778.919,00	263.317.812,46	266.557.790,80	280.560.991,84
Paraguay	192.695.334,97	210.805.200,22	211.853.605,13	194.232.996,10
Total Coca-Cola Andina	1.179.893.942,15	1.443.295.750,97	1.281.744.125,26	1.178.731.475,84



Medimos las emisiones de gases

Con el propósito de contribuir a evitar el efecto invernadero, en Coca-Cola Andina llevamos adelante iniciativas para reducir la huella de carbono, favorecer el ahorro de energía y promover las buenas prácticas, desde que se produce la bebida hasta que llega a manos de nuestros consumidores.

Las emisiones del Sistema Coca-Cola incluyen a los embotelladores, lo cual nos obliga a cumplir con el rol de desarrollar iniciativas que reduzcan la huella de carbono. Tomamos este desafío y por eso llevamos adelante acciones en conjunto con proveedores de empaques, los cuales representan aproximadamente un 30% de la huella total.

Acompañamos activamente las iniciativas que The Coca-Cola Company desarrolla con los productores de ingredientes (limones, azúcar, etc.), con los cuales se trabaja en reforzar buenas prácticas a partir de estándares internacionales. Un ejemplo de ellos es la Certificación Bonsucro, sistema de certificación que reconoce tanto el azúcar como los productos derivados de ella producidos de manera responsable, y otorga el mismo peso a los principios ambientales, sociales y económicos.

En nuestras plantas embotelladoras controlamos y medimos sistémicamente los impactos directos tanto en energía, agua,

como en residuos. Buscamos mejores tecnologías que favorezcan el ahorro de energía, como así también abastecer nuestra necesidad energética con las opciones de energía limpia disponibles en cada región.

En este sentido, la distribución es un factor clave por los kilómetros que nuestro sistema debe recorrer para llegar a cada uno de los clientes. Atento a ello, se diseñan estrategias de abastecimiento directo y/o a través de distribuidores para cumplir con este proceso de la manera más eficiente posible; se invierte en vehículos con tecnología que reduzca las emisiones a la atmósfera y hasta hay casos de distribución en vehículos eléctricos.

Los equipos de frío instalados en nuestros clientes son también un factor clave, tal es así que desde el 2014 implementamos programas de recambio por heladeras modernas con sistemas de ahorro de energía y gases refrigerantes ecológicos. Este esfuerzo de inversión trae beneficios de ahorro en los locales comerciales de hasta un 40% respecto a la tecnología anterior.

TIPOS DE EMISIONES

La medición del Alcance 1 comprende las emisiones directas producto del consumo de combustibles en procesos productivos y/o en equipos de propiedad o control de la Compañía. En el caso de vehículos de flota, se consideran solo los que son propiedad de la misma. El 2016 fue clave porque trabajamos intensamente con las áreas logísticas para mejorar la información reportada y poder informar.

Se entiende por Alcance 2, aquellas emisiones indirectas producto del consumo de energía eléctrica en procesos, actividades comerciales y de logística o por equipos de propiedad o control de la Compañía. Para progresar en este aspecto, implementamos mejores prácticas en nuestras instalaciones y compartimos experiencias con otros embotelladores en la búsqueda de optimizar el ratio de uso de energía como así también los mix seleccionados para el abastecimiento.

Año 2016	Flota de camiones (número de camiones)		Km recorridos	
	Propia	Terceros	Propia	Terceros
Argentina	0	807	0	41.394.110
Brasil	857	136	14.829.110	2.096.618
Chile	165	483	3.072.717	17.672.272
Paraguay	0	292	0	12.451.027

Para elaborar el Alcance 2 debemos analizar la realidad energética de cada país donde operamos. Para ello se desarrolló el Mix Eléctrico tomando información de las distintas fuentes de generación de energía de Ministerios o Entidades Públicas encargadas de actualizar dicha información.

Cabe aclarar, que en todos los casos se utilizaron las fuentes de datos más actualizadas. Una vez recopilada la información obtenida de cada país, se determinaron las distintas fuentes de energía utilizadas en cada país para producir electricidad. En los siguientes cuadros se muestra cómo impacta la infraestructura energética de cada país en la huella de la Compañía.

Las emisiones de Alcance 3 son definidas como otras fuentes indirectas asociadas a la electricidad utilizada por nuestros refrigeradores y máquinas expendedoras en las instalaciones de nuestros clientes, y el combustible utilizado por nuestros distribuidores terceros. Estas emisiones son monitoreadas por país y se gestionan con renovación de equipos de frío y mejoras en las rutas de distribución trabajadas en conjunto con los distribuidores. Las emisiones totales de Alcance 3, en su mayoría están relacionadas a la calidad de energías disponibles en cada país, ya que los equipos de frío instalados en los clientes consumen energía eléctrica domiciliaria.

En las siguientes tablas se muestra la huella Alcance 1, 2 y 3 por país, teniendo en cuenta que cada uno tiene sus particularidades tanto en servicios logísticos como en infraestructura energética.

Alcance 1

Emisiones KG CO ₂ (eq)	Sin flota propia	Con flota propia
Argentina	13.243.631,94	13.268.075,28
Brasil	6.210.973,49	27.512.290,68
Chile	9.410.652,74	12.275.211,56
Paraguay	1.181.576,77	1.181.576,77
Total	30.046.834,94	54.237.154,29

Alcance 2

	Consumo de electricidad (MWH)	Emisiones Mix eléctrico Kg CO ₂ (eq)
Argentina	60.666,49	24.448.593,89
Brasil	77.229,43	12.047.791,63
Chile	39.279,60	23.174.963,41
Paraguay	30.544	2.229.712
Total		61.901.060,93

Alcance 3

Emisiones CO ₂ (eq) en Kg	Terceros		
Argentina	54.924.697,42	A1	54.237.154,29
Brasil	0,00	A2	61.901.060,93
Chile	48.671.222,00	A3	125.326.345,42
Paraguay	21.730.426,00	kg CO ₂ eq	241.464.560,64
Total	125.326.345,42	gr CO ₂ eq	2,41465E+11
Ratio			59,17



BRASIL

Primer Centro de Distribución con certificación LEED PLATINUM

Desde marzo de 2016 funciona en el barrio de Cajú, en Río de Janeiro, el primer Centro de Distribución de todo el Sistema Coca-Cola de Latinoamérica en lograr el más alto nivel de certificación de edificios sostenibles.

Si algo caracteriza a Coca-Cola Andina es la generación permanente de proyectos sustentables que contribuyen al beneficio de las personas y el planeta, ayudando a preservar los recursos naturales y mejorar el desarrollo económico de las comunidades donde operamos.

Una muestra de ello fue la construcción en 2016 del nuevo Centro de Distribución en el barrio de Cajú, en la ciudad de Río de Janeiro, el primero de todo el Sistema Coca-Cola en lograr el más alto nivel de certificación ambiental en el mundo para la construcción LEED Platinum GBC (Green Building Council).

Se trata de un edificio inteligente que supone grandes desafíos en materia de eficiencia energética; uso eficiente del agua; mejora de las condiciones del entorno de trabajo para sus empleados y las relaciones con la comunidad; manteniendo el costo de construcción de mercado pero con las mejores prácticas sostenibles.

El Centro de Distribución, que está en funcionamiento desde marzo de 2016, cuenta con tres pisos de oficinas, estacionamiento, zona de carga y descarga, área de conferencias, ordenanza, restaurante y

vestuarios a lo largo de un total de 8.589 metros cuadrados de superficie, que tienen el sello de la ecoeficiencia en un estándar de clase mundial.

Tal es así, que gracias al proyecto se logró reducir en un 54% el consumo de energía y un 82% el consumo de agua en comparación con otro centro logístico similar. Además, de toda la energía consumida, el 10% es generada en el propio edificio de manera limpia y renovable a través de paneles fotovoltaicos, más el uso de la luz natural durante todo el día. El agua de lluvia y aguas grises o usadas, provenientes del uso doméstico, son tratadas y reutilizadas.

El entorno de trabajo de los empleados cumple con las normas de requisitos globales para los problemas de renovación y acondicionamiento del ambiente, alumbrado, accesibilidad en transporte público y para las personas con necesidades especiales.

En lo que respecta a la comunidad, desde su diseño inicial el proyecto aborda y considera los impactos ambientales en el entorno de su aplicación; reciclando o reutilizando el 100% de los residuos generados por los trabajos de construcción y obras, ninguno de los cuales se deposita en vertederos.



El sistema LEED (Liderazgo en Energía y Diseño Ambiental), representada oficialmente por GBC (Green Building Council) es un sistema internacional de certificación y orientación ambiental para edificios, que se utiliza en 143 países, y tiene la intención de fomentar el desarrollo de proyectos, el trabajo y el funcionamiento de los edificios, siempre centrándose en la sostenibilidad de sus acciones.

Esta certificación da fe del compromiso con los principios de la sostenibilidad para la construcción del edificio - antes, durante y después de sus trabajos - y proporciona una validación externa de los resultados obtenidos con el agua y la energía, lo que expresa la responsabilidad de Coca-Cola Andina Brasil en abordar la sostenibilidad de una manera holística e integrada.

RESULTADOS ALCANZADOS:

Se redujo un **54%** el consumo de energía (490MWh) o R \$ 245.000 ahorrados por año.

Se redujo un **82%** el consumo de agua (1670 m³ de agua) o R \$ 70.800 ahorrados por año.



Generación local del **10%** de la energía consumida (45 MWh) o R \$ 22.600 ahorrados al año.

100% de los residuos de obra fueron reciclados o reutilizados; nada se deposita en vertederos.



CHILE

Flota de distribución: renovación con mirada ambiental

Porque la sustentabilidad es un pilar fundamental en toda nuestra cadena de valor, en 2016 cumplimos con el propósito de renovar la flota de camiones por vehículos que incorporan tecnología de avanzada adaptada a la normativa Euro V, favoreciendo el equilibrio social, ambiental y económico.

En el marco del compromiso con la Gestión de la energía y protección del clima, Coca-Cola Andina Chile concretó en 2016 la renovación de su flota al adquirir 151 camiones Euro V de Mercedes Benz con tecnología de avanzada BlueTec5®, que logra una combinación perfecta entre cuidado del medio ambiente y reducción del consumo de combustible.

Los nuevos motores Euro V consumen menos combustible que los anteriores (Euro IV) y la tecnología BlueTec5® permite inyectar el aditivo AdBlue® en el colector de escape donde las moléculas de urea se descomponen. Producto de esta reacción química, los “NOx” son convertidos en nitrógeno y agua, de igual forma que se reducen las emisiones de polvo fino entre un 80% y 90%, ya que las partículas se eliminan en la propia cámara de combustión del motor.

Cabe explicar que los NOx son óxidos de nitrógeno que se liberan al aire (mediante el escape de vehículos motorizados, la combustión del carbón, petróleo o gas natural) y forman, a través de reacciones fotoquímicas, contaminantes secundarios, como por ejemplo el PAN (nitrato de peroxiacetilo) ocasionando el smog, una problemática ambiental que afecta fundamentalmente a las grandes ciudades donde la concentración de contaminantes en la atmósfera es mayor; provocando así inconvenientes para la salud y el medio ambiente.

En el contexto donde opera Coca-Cola Andina Chile esta iniciativa es más que relevante, ya que la Región Metropolitana tiene registros de los más altos niveles de contaminación de América con valores de 2,5 MP (material particulado fino), según cifras publicadas por la Organización Mundial de la Salud (OMS).

Actualmente, la Compañía realiza 625 rutas de reparto por día, lo cual significa 20.744.989 kilómetros recorridos y 1.193.716.548 litros de combustible al año. Gracias a esta nueva incorporación, reemplazamos el 23% de la flota por Euro V con tecnología BlueTec5®, pasando de emisiones “EPA 2004” (tal como exige la normativa vigente) de 2,5 (Gr NOx/hp-hr) y 0,1 (Gr MP/hp-hr) a “Euro V” de 1,5 (Gr NOx/hp-hr) y 0,015 (Gr MP/hp-hr).

Complementariamente a estos beneficios, la flota cuenta con control de velocidad (90 kilómetros por hora) lo cual hace más seguro el proceso de distribución.

Los nuevos camiones estarán asignados a Antofagasta, Rancagua y Región Metropolitana; llegando a nuestros clientes directos como supermercados y pequeños comercios.



20.744.989

kilómetros recorridos.

Motores de mayor eficiencia que consumen menos combustible.

Por su tecnología reducen un

35%

las emisiones NOx y un

75%

las emisiones de polvo fino

Empaques sustentables



NUESTRO ENFOQUE

Nuestros empaques están enfocados en reducir, reciclar y reutilizar los materiales, con el fin de conservar los recursos naturales.

Reciclado de residuos sólidos			
Argentina	Brasil	Chile	Paraguay
89,7%	88,7%	82,9%	71,8%

Generación de residuos sólidos (gr/lt de bebida producida)			
Argentina	Brasil	Chile	Paraguay
13,9	6,4	19,0	25,2

Compromiso ambiental y sustentabilidad

En Coca-Cola Andina un aspecto estratégico de nuestra operación en el camino hacia el desarrollo sustentable es la utilización de empaques amigables con el medio ambiente, desde el origen sostenible de los materiales hasta el ciclo completo del envase.

Los envases de los productos son un eje clave en la gestión de sustentabilidad, por eso buscamos junto a nuestros proveedores permanentes avances tanto para las botellas y tapas como para cajones, film, separadores y pallets.

Trabajamos con equipos multidisciplinarios en proyectos donde se evalúan aspectos económicos, ambientales y sociales; y en oportunidades de mejora aplicables tanto al diseño de los envases como a sus procesos de tratamiento, hasta llegar a su reciclado o reutilización.

Algunas de las iniciativas destacadas al respecto son:

DISEÑO

Todos los años disponemos de formatos que aún tienen posibilidades de reducir su gramaje según la línea donde se estén produciendo. Por ejemplo, durante el 2016 la línea que produce bebidas Aquarius en la planta embotelladora de Bahía Blanca, Argentina, logró reducir su peso de 34,3 gr a 28 gr, lo que llevó a un ahorro de resina de 10 toneladas anuales.

En Paraguay se invirtió para reducir el gramaje de 8 formatos durante el 2016, lo cual implicó un ahorro de 21 toneladas de PET anuales. En Chile, por su parte, se implementó en 2 formatos, logrando un ahorro de 165 tn de resina.

Nuestra Compañía siempre está en la búsqueda permanente de mejorar y alinear sus esfuerzos a la estrategia mundial de Coca-Cola de reducir el peso de los envases y minimizar su impacto en el medioambiente. También se amplió la mirada a las cajas de envases retornables, no sólo en la reducción de peso sino también en la maximización de la utilización de material reciclado para la fabricación.

En Chile, tres formatos de cajas son producidos con material 100% reciclado y dos con 13% menos de uso de plástico por caja. Los esfuerzos en incorporar tapas con roscas más pequeñas, también conocidas como "Short-Finish", buscan acompañar dicha reducción. Las líneas de producción que adquirieron esta tecnología en años anteriores la mantienen e implementan en todos los productos que fabrican.



El packaging del 100% de los productos que ofrecemos es reciclable.

El 100% de los embalajes secundarios son reciclables.



El 38,5%

del mix de gaseosas comercializadas es retornable.



BOTTLE TO BOTTLE

Es un proyecto que busca aumentar el porcentaje de resina reciclada en envases plásticos y la disponibilidad de envases postconsumo; lo que beneficia no sólo a la comunidad sino a la producción de resina reciclada haciendo que ésta sea competitiva como insumo para las industrias que la consumen.

Durante el 2016, se llegó a producir envases que contienen hasta un 25% de PET reciclado, esto se puede identificar a través de la inscripción "PET PCR (Postconsumo Reciclado)". Aunque este concepto es más conocido por la industria plástica, nuestros envases de vidrio siguen esta misma lógica logrando producciones de botellas de vidrio con hasta el 70% de material reciclado.

En la elaboración de nuestras botellas plásticas se utilizaron 1.593 tn de resina PET reciclada.



ENVASES ECOFLEX (PET -LIGHTWEIGHTING)

La botella Ecoflex continúa siendo nuestra estrella del concepto "lightweighting", ya que representa un ahorro del 57% del PET necesario para su fabricación respecto de las botellas anteriores.

En todas las operaciones de Andina se avanzó en la reducción del peso de los envases, buscando eficiencia en sus empaques garantizando la calidad de los productos. Además, los empaques de menor peso impactan significativamente en la energía aplicada para su conformación en el proceso de inyección y durante el soplado.

Este empaque también busca que los consumidores se comprometan a la compactación de los empaques PET para optimizar el transporte para su posterior reciclaje.

Por la implementación de reducción de gramaje en botellas, en el 2016 se ahorraron 197 tn PET.

ENVASES RETORNABLES

En Coca-Cola Andina creemos fielmente en la retornabilidad y es por eso que año a año hacemos esfuerzos por mantener e introducir estos empaques en todos nuestros clientes. Queremos que los consumidores puedan elegir un producto de excelencia en una opción más amigable con el medioambiente y accesible económicamente. Esta elección nos pone a toda la cadena de abastecimiento en un rol protagonista cada vez más necesario para nuestro planeta.

% de venta retornable por país:	
Argentina	47,0%
Brasil	19,4%
Chile	49,9%
Paraguay	47,6%

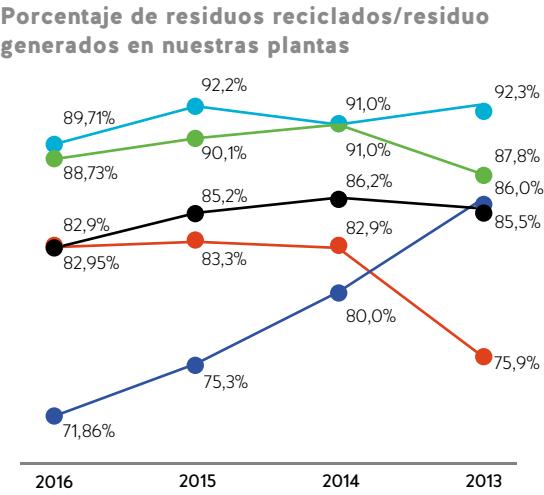
La importancia de reciclar

A través de proyectos y tareas de concientización en los diferentes países, la Compañía apuesta al reciclaje, recuperación y reutilización de los envases, evitando que los residuos terminen en los vertederos, reduciendo la energía consumida y por tanto la huella de carbono generada.

La recuperación de los envases (primarios y secundarios) es uno de los mayores desafíos en relación con la gestión de residuos y su impacto en la comunidad. En este punto es clave la concientización y la participación de los consumidores, como así también de la cadena de valor.

Para los productos no retornables buscamos fortalecer las cadenas de recupero existentes en las distintas comunidades donde operamos; participar de este fortalecimiento nos lleva a elaborar alianzas público – privadas que brinden un marco seguro para todos los actores.

Sobre este aspecto, en 2016 Coca-Cola Andina participó activamente en tres programas:



BRASIL

COLETIVO RECICLAGEM

El objetivo es potenciar y profesionalizar a cooperativas de reciclaje y reforzar su inclusión en la cadena formal de reciclado. Colaboramos generando más eficiencia en el trabajo, la creación de redes, ingresos justos y en brindar un ambiente digno durante la tarea de recolección.

El programa fue diseñado en 2012 sobre la base del aprendizaje obtenido en 12 años de trabajo en el Instituto de reciclaje Coca-Cola Brasil, que sirvieron para tejer alianzas y redes en todo el país y diseñar un programa modular y flexible, capaz de ser replicado en las cooperativas con diferentes niveles de desarrollo.

Cada seis meses, se realiza un diagnóstico del establecimiento, se elabora un plan de acción con objetivos medibles en conjunto con los miembros cooperativistas y se define un sistema de recompensas del logro de metas, como por ejemplo la adquisición de equipamiento, la implementación de un nuevo punto de retiro, etc. Este programa fue reconocido en 2015 por la Fundación Banco de Brasil con el sello Tecnología Social.

Con nuestra operación de Brasil fuimos parte de la iniciativa "Semana de Optimismo", que donó los ingresos obtenidos en una semana de ventas a 70 cooperativas de la región.

El programa colabora con 6.631 personas de las cuales el 63% son mujeres.



CHILE

PUNTOS LIMPIOS, ALIANZAS CON EMPRESAS B

En el marco del fortalecimiento de alianzas, Coca-Cola Andina Chile participó en conjunto con la empresa “TriCiclos” del lanzamiento del programa “Cada botella suma”, que promueve la instalación de ‘eco puntos’ fijos y móviles para el reciclaje de residuos domiciliarios.

La iniciativa propone al ciudadano comprender la basura como una consecuencia de sus hábitos de consumo y aprender el verdadero concepto de reciclaje mientras experimenta él mismo las primeras etapas de este proceso.

Esta mini planta de valorización busca resolver de manera inteligente el desafío de logística, que es uno de los principales inconvenientes de los sistemas de recupero; logrando eficiencia

y trazabilidad de los materiales y generando un impacto positivo y significativo en el estilo de trabajo de los recicladores de base. Éstos pasan a ser actores claves ya que no sólo prestan un servicio, sino que además ofrecen educación ambiental para la comunidad de su entorno. De esa forma el sistema se posiciona como un modelo de triple resultado.

La campaña se implementó en la comunidad de Santiago de Chile pero también se realizó puertas adentro para la comunidad de la Compañía, los resultados del 2016 fueron:

kg reciclados internamente	4.034
kg reciclados en comunidad	1.119



> Ver más:
<http://www.triciclos.net>

ARGENTINA

PROGRAMA DE APADRINAMIENTO DE COOPERATIVAS (PAC)

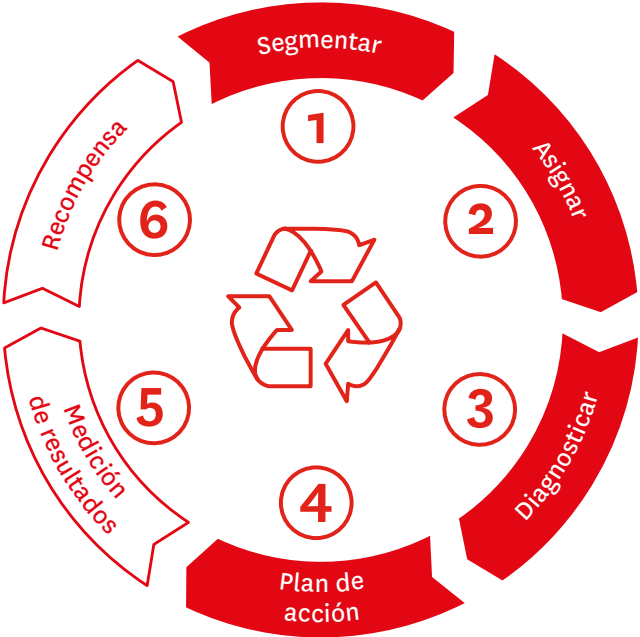
El Programa de Apadrinamiento de Cooperativas busca mejorar el entorno laboral de los recicladores, incrementar la productividad de sus plantas de reciclado y aumentar los índices de recupero de PET y otros materiales reciclables; dejando capacidades técnicas instaladas en cada una de ellas para lograr la autosustentabilidad de las cooperativas a largo plazo.

Para el 2017 buscamos generar sinergias con los programas de voluntariado corporativo, brindando charlas de seguridad, gestión, etc., y sumando clientes y proveedores para que colaboren desde su rol.

Al igual que el programa vigente en Brasil, el PAC tiene ciclos de seis meses. En Córdoba, Argentina, se apadrinó a la “Cooperativa Los Carreros de Villa Urquiza” y el proyecto se encuentra en la fase de medición de resultados (*Ver Caso destacado*).

Reciclado del Vidrio

En todas las operaciones, se reutilizan las botellas de vidrio retornables. Contamos con el compromiso de los consumidores de devolver los envases utilizados para su posterior procesamiento, lavado e ingreso en la producción. Las botellas son seleccionadas y aquellas que se descartan se envían a la Isla Ecológica de cada planta para ser acondicionadas y enviadas a los recicladores. Éstas se procesan para hacer otros productos, algunas terminan en las cristalerías y vuelven en botellas nuevas.



CHILE

CAMPAÑA DE RECICLAJE DE VIDRIO COANIQUEM

La Corporación de Ayuda al Niño Quemado, COANIQUEM, es una institución de beneficencia sin fines de lucro que tiene la misión de rehabilitar integralmente a los niños y jóvenes con quemaduras, además de prevenir, capacitar e investigar. Su compromiso es ofrecer en forma gratuita un tratamiento de excelencia con la finalidad de mejorar la calidad de vida y el futuro de los pacientes.

Gracias a la campaña, se pudo solventar la construcción de “Casabierta”, lugar de acogida, donde niños de Chile y países vecinos permanecen durante su período de rehabilitación. En la residencia se entrega hospedaje y alimentación a cada niño y

a uno de sus familiares. Adicionalmente, reciben educación escolar compensatoria a través del Colegio Hospitalario Casabierta COANIQUEM.

El vidrio es 100% reciclable y es el material que más se recicla en Chile, la reutilización de este material implica ahorros de recursos naturales y económicos para su extracción natural, como así también disminuye la cantidad de residuos que van a vertederos.

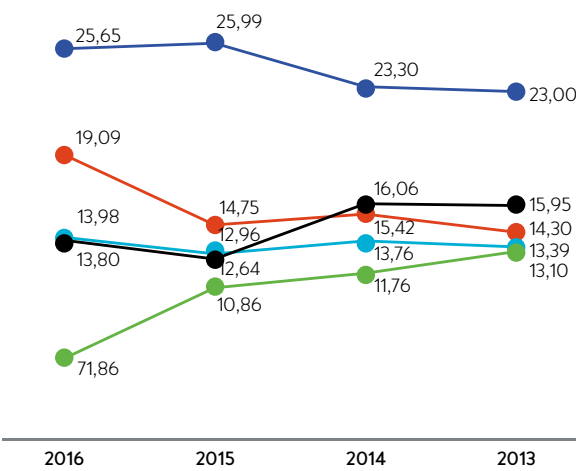
La institución recupera con esta campaña 10.000 toneladas al año, aproximadamente, y con los fondos que se obtienen del reciclado la institución logra el mantenimiento de los servicios que presta a la comunidad.



Durante el 2016
Coca-Cola Andina Chile donó
131.670 kg
de vidrio.



Residuos generados grs/lt de bebida



Brasil es promedio entre RJ-ES y R. 11,65 y 10,07

Apoyo a emprendedores

Durante el 2016, la Compañía continuó apoyando los proyectos “Eco-Harri” (máquina compactadora) y “Toncreaton” (juguetes de cartón), en el marco del programa Emprende Industria del Gobierno de la Provincia de Córdoba, Argentina. Ambos lograron avanzar en sus emprendimientos y por eso nos sentimos orgullosos de que emprendedores sustentables tengan su oportunidad.

Bajo la órbita de ese mismo programa, se incorporó un nuevo proyecto denominado “3 Construcciones”, que propone hacer construcciones con ladrillos PET. El padrino comenzó en octubre de 2016 y se encuentra en etapa de prototipos y ensayos; tenemos todo el 2017 para cosechar los frutos de esta alianza esperando que el programa alcance los objetivos deseados.

Gracias a las iniciativas ejecutadas en la comunidad, se reciclaron 2.431 tn de PET postconsumo.



Nuestra gestión de residuos

En Coca-Cola Andina trabajamos para disminuir los residuos generados y aumentar la factibilidad de reciclado de los mismos.

Todas las plantas embotelladoras y centros de distribución de la Compañía segregan y reciclan los residuos que generan. En este sentido, invitamos a los colaboradores y personas que visitan nuestras plantas a traer sus residuos reciclables, los cuales son trasladados a las islas ecológicas de cada operación para su reciclado.

Durante el 2016 se realizaron campañas para incrementar el recupero de los envases no retornables que consumen nuestros colaboradores en sus hogares, logrando incrementar el porcentaje de recupero de un 2% a un 14% en un corto período de tiempo. En 2017, continuarán los esfuerzos necesarios y las tareas de sensibilización para lograr el objetivo.

Asimismo trabajamos para disminuir los residuos generados y aumentar la factibilidad de reciclado de los mismos, buscando un tratamiento amigable con el medio ambiente para cada uno. Contamos con un Sistema de Gestión de Residuos que abarca todas las operaciones de la Compañía, con foco en minimizar la generación de residuos sólidos y su correcta segregación, utilizando el principio de las 4R: Reducir, Reutilizar, Renovar y Reciclar. Hablamos de renovar cuando utilizamos materiales renovables como insumo, por ejemplo el programa Plant Bottle que permite obtener botellas PET reemplazando un 30% de los insumos usados convencionalmente por etanol de base vegetal.

Nuestros programas de reciclado se basan en promover la correcta clasificación de residuos desde su origen. De este modo disminuimos el impacto ambiental del traslado de la basura hasta el vertedero y colaboramos con la comunidad en relación a la problemática del manejo de desechos sólidos. Además, aumentamos los ingresos debido a la venta de materiales reciclables a empresas dedicadas al trabajo con los mismos; algunos de ellos se vuelven a utilizar como insumo, pagando sólo el costo de transformación a nuevas botellas.

Los centros de manejo de residuos o islas ecológicas de cada operación reciben los residuos que ya fueron segregados en origen, razón por la cual se le da mucha importancia al respeto de la colecta selectiva de todos los colaboradores, proveedores y visitantes. Además, procesamos todos nuestros empaques retornables como cajones y botellas dando por finalizada su vida útil; luego se transformarán para volver a empezar otro circuito.

Las áreas productivas cuentan con el servicio de molienda de plásticos y derrame de producto no conforme, realizando de esta forma una gestión integral de residuos sólidos. Para materiales de madera como los pallets existen centros de recomposición donde son arreglados para su reuso, alargando su vida útil, y se reciclan sólo aquellos que no puedan recomponerse.

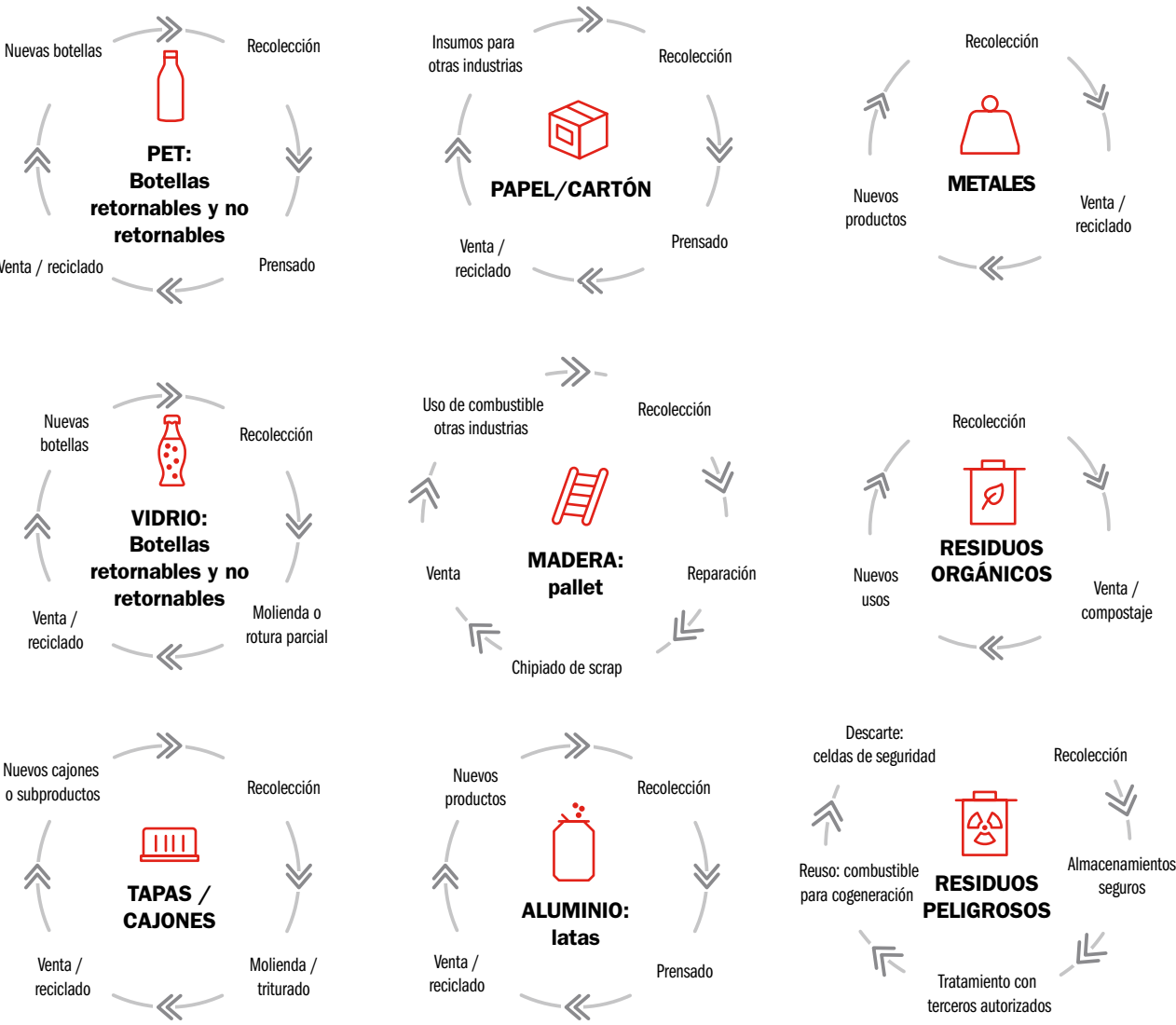
Para impulsar el reciclaje social, se llevan a cabo campañas internas para la donación de papel y/o tapas plásticas a instituciones sin fines de lucro.

También durante el 2016 se lograron realizar eventos con cero residuos, lo cual implica un gran esfuerzo por parte del área de marketing. Para ello, se construyeron cestos específicos que se instalaron en los eventos y se comunicó a los organizadores sobre la existencia de los mismos para difundir durante la jornada, a fin de que todos los consumidores pudieran segregar sus residuos favoreciendo su posterior reciclado.



En las 7 corridas más importantes de Paraguay hubo recolección de envases para cumplir con el objetivo de cero residuo.

En Argentina se logró alcanzar a 4 de los eventos deportivos más importantes de Córdoba, logrando que 188 kg de PET se reciclaran.



Indicadores de Desempeño Clave en Sustentabilidad

	Argentina			Brasil			Chile			Paraguay		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Generación de residuos sólidos												
Gramos de residuos sólidos generados por litro de bebida producida.	13,76	12,96	71,86	11,76	10,86	6,49	15,42	14,75	19,09	23,30	25,99	25,26
Reciclado de residuos sólidos												
Porcentaje de residuos sólidos reciclados en relación a los generados.	91,00	92,20	89,71	91,00	90,10	88,73	82,90	83,30	82,95	80,00	75,30	71,86

Generación de residuos sólidos (toneladas) 2016	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay
Papel / Cartón	866	997	698	537
Vidrio	4.210	662	7.526	4.038
Tapas	360	254	491	28
Metales (todos excepto aluminio)	180	403	41	324
Residuos Peligrosos	595	95	343	11
Aluminio	15	74	10	-
PET	2.705	865	1.481	366
Plástico (todos excepto PET y PP de tapas)	5.220	678	2.186	321
Madera	1.650	3.025	2.260	937
Orgánicos	-	174	558	-
Otros reciclables	-	769	3.584	-
Otros no reciclables	1.553	370	-	2.567

El 100% de los residuos peligrosos son transportados para ser tratados por terceros habilitados por las regulaciones de los países en los que operamos.

Materia prima utilizada (toneladas) 2016	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay
Plástico PET virgen	1.394	17.984	13.172	5.654
Plástico PET reciclado	2.240	476	-	-
Vidrio virgen	7.200	2.24	7.2	5.977
Vidrio reciclado	106.065	-	-	2.989
Plástico Tapas	2.260	1.214	1.653	781
Plástico Cajas virgen	1.214	324.933	1.015	19.983
Plástico Cajas reciclado	1.653	-	-	6.661
Plástico stretch film + Termocontraible	781	272.536	241	376
Pallets de madera	4.347	4.277	-	22.691
Azúcar	76.128	126.237	86.868	33.865
Fructuosa	46.205	-	-	-
CO ₂ (insumo)	9.901	10.142	8.084	2.912

*Datos en toneladas anuales.
Plástico PET: son tanto preformas consumidas, botellas, etc.
Vidrio: botellas



ARGENTINA

Reciclaje sustentable con compromiso social

Coca-Cola Andina lanzó junto con agentes de cambio y el municipio de la ciudad de Córdoba un Programa de Recuperación de Envases Plásticos (PET) para hacer una diferencia positiva en el bienestar de las comunidades, el ambiente y las personas.



Con el propósito de afianzar nuestro compromiso con el cuidado del medio ambiente, el recupero y reutilización de materiales volviéndolos al ciclo productivo y fomentar la creación de empleo en comunidades vulnerables, lanzamos la primera red de reciclaje de envases plásticos en la ciudad de Córdoba.

La iniciativa, que se desarrolla en forma conjunta con Fundación Avina, la Cooperativa Los Carreros y el municipio local, consiste en la recuperación de envases de PET a través de la instalación de “Eco puntos” en diferentes lugares de la zona norte de la Capital.

En cada uno de ellos, los integrantes de la Cooperativa Los Carreros se encargan de la recolección, acondicionamiento y enfar-

dado para su venta y posterior reciclado, generando así una fuente de ingresos para quienes desde hace más de tres décadas transforman lo que para muchos es basura, en trabajo sustentable.

Por medio de su incorporación a este sistema, la Cooperativa y sus beneficiarios mejorarán sus condiciones laborales, el desarrollo de sus capacidades técnicas y la búsqueda de la autogestión como parte del fortalecimiento institucional.

Por otro lado, incentivamos el hábito de separar los residuos para su valorización, logrando incrementar la tasa de recupero de envases plásticos contribuyendo positivamente al desafío ambiental y social de la gestión de residuos de la ciudad.

Desde el inicio del programa en diciembre pasado hasta la fecha se recolectaron, acondicionaron y compactaron 14.550 botellas, que resultaron en 582 kilos de plástico PET para ser devueltos al ciclo productivo. El funcionamiento de la cooperativa ayuda a mejorar la calidad de vida de 12 familias.

“El reciclaje inclusivo es una mesa de cuatro patas que necesita la presencia de los cartoneros organizados o recuperadores urbanos como promotores ambientales; la presencia del Estado; el compromiso de las empresas y de la sociedad civil, específicamente de aquellos que pueden aportar un conocimiento técnico”.

Alejandro Gottig, Coordinador del Programa Reciclaje Inclusivo de Fundación Avina.



“Es una responsabilidad de todos empezar a bregar por tener un mundo mejor, un medio ambiente más cuidado, y por eso iniciamos este proyecto cien por ciento inclusivo, que le da un sustento de vida a la Cooperativa Los Carreros y una solución a los vecinos de la zona y al medio ambiente”.

Enrique Pérez Estévez, Gerente de Servicio de Marketing de Coca-Cola Andina Argentina.

Ambiente de trabajo



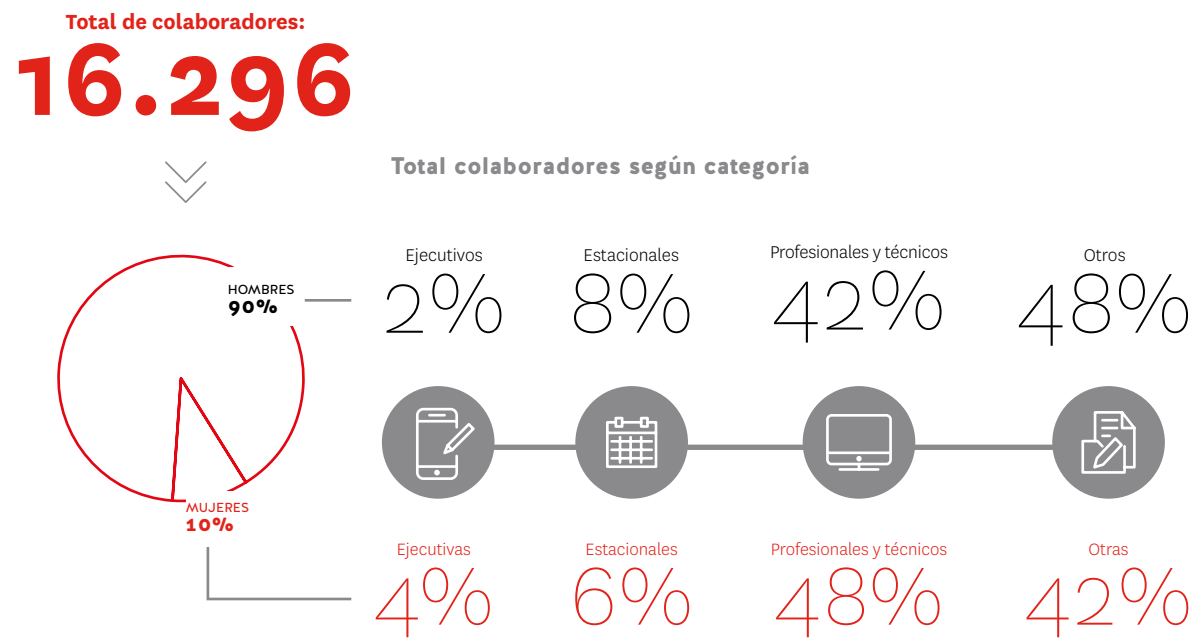
NUESTRO ENFOQUE

Promovemos un entorno laboral seguro y acogedor. Creemos que las personas motivadas constituyen la base de la sustentabilidad empresarial, que permite construir una mejor Compañía. Nuestro compromiso es impulsar una vida activa y saludable, tanto en nuestros colaboradores como en la comunidad.

Rotación de empleados (%)			
Argentina	Brasil	Chile	Paraguay
0,38%	2,71%	2,60%	0,45%

Respeto por las personas

En Coca-Cola Andina la importancia de las personas es uno de los pilares básicos del negocio y factor de éxito futuro. Respetarlas es ofrecerles una perspectiva de desarrollo equilibrado en sus aspectos profesionales y personales.



Colaboradores Coca-Cola Andina según género y categoría

2016		Ejecutivos	Profesionales y técnicos	Otros trabajadores	Estacionales	Totales
Argentina	Mujeres	15	145	85	42	287
	Hombres	88	581	1.927	445	3.041
Brasil	Mujeres	12	417	373	-	802
	Hombres	49	4.931	2.136	-	7.116
Chile	Mujeres	13	135	221	56	425
	Hombres	59	425	1.983	593	3.060
Paraguay	Mujeres	19	118	41	-	178
	Hombres	13	169	1.041	126	1.349
Holding	Mujeres	4	8	1	1	14
	Hombres	12	10	2	0	24
Total ANDINA		284	6.939	7.810	1.263	16.296

Colaboradores por género y edad

		Inferior a 18 años	Entre 18 y 29 años	Entre 30 y 40 años	Entre 41 y 50 años	Entre 51 y 60 años	Entre 61 y 70 años	Más de 70 años	Totales
Argentina	Mujeres	-	75	141	59	12	-	-	287
	Hombres	-	670	1.528	651	157	35	-	3.041
Brasil	Mujeres	13	293	342	113	37	4	-	802
	Hombres	38	2.246	2.786	1.424	558	56	8	7.116
Chile	Mujeres	-	138	148	98	38	2	-	424
	Hombres	-	951	953	721	364	69	3	3.061
Paraguay	Mujeres	-	32	54	26	9	1	-	122
	Hombres	-	464	599	204	135	3	-	1.405
Holding	Mujeres	-	-	6	2	6	-	-	14
	Hombres	-	6	3	7	8	-	-	24
Total ANDINA		51	4.875	6.560	3.305	1.324	170	11	16.296

* Conforme a Ley del Joven Aprendiz N°10.097/2000. Ampliada por Decreto Federal N°5.598/2005

Calidad de vida y clima laboral

La calidad de vida de todos los colaboradores es un tema central que demanda atención permanente en cada una de las operaciones. Desarrollamos una gran variedad de iniciativas para alcanzar una de nuestras principales metas: hacer de Coca-Cola Andina el mejor lugar para trabajar.



El ambiente de trabajo y la calidad de vida de cada una de las personas que integran la Compañía son aspectos fundamentales para cumplir la meta de llevar adelante con éxito nuestra Misión, Visión y Valores. Por eso trabajamos para construir un estilo cultural único, un solo equipo con valores compartidos, y en ese contexto en 2016 seguimos reforzando a través de distintas actividades y campañas la vivencia e internalización de los principios que rigen la tarea diaria.

Un ejemplo de ello es la mejora en los procesos de inducción de las personas que recién ingresan a la planta de Chile, a quienes durante una jornada completa se les presentan los principales procesos de la Compañía y la Misión, Visión y Valores a través de una actividad lúdica y práctica en terreno.

Ese espíritu que nos unifica y caracteriza también se puso de manifiesto en el marco

de las Olimpiadas de Río 2016, para las cuales se organizó un concurso que permitió a trabajadores de Brasil, Chile, Argentina y Paraguay (12 activadores/reponedores y 4 cargadores de antorcha) participar durante un mes del evento deportivo más importante del mundo; para el cual el país anfitrión puso en marcha un enorme despliegue en la planificación, coordinación y ejecución de actividades.

Asimismo, en 2016 desarrollamos un Programa de Difusión de Políticas Corporativas en el que destacamos al valor Integridad como uno de los pilares fundamentales para seguir avanzando en el camino de la transparencia. Se trata de una iniciativa compuesta por un conjunto de cursos e-learning y experiencias online interactivas dirigidas a colaboradores de todos los países, que hasta el momento logró un 71,75% de realización.

Curso de Gobierno Corporativo y Código de Ética

71,75%

de ejecución.

Curso de Denuncias Anónimas

51,65%

de ejecución.

ACCIONES PARA LA MEJORA CONTINUA

Luego de los resultados que arrojó la Encuesta de Clima Laboral durante 2015, alcanzando a 11 mil trabajadores a lo largo de las cuatro operaciones, el 2016 fue un año destinado a responder a las oportunidades de mejora detectadas a través de acciones en materia de Cultura, Desarrollo, Seguridad, Entrenamiento, Remuneración y Condición de Trabajo.

Entre algunas de las iniciativas destacadas se encuentran la Encuesta de Satisfacción al Cliente Interno que busca conocer la percepción que tienen de la Compañía y sus servicios nuestros propios trabajadores, a fin de identificar las virtudes y aspectos a mejorar, potenciar el vínculo interárea y la cultura de equipo.

En este sentido, uno de los instrumentos que se implementó fue Sharepoint (Intranet 2.0), una herramienta de comunicación

digital que permite unificar canales que antes eran dispersos, mejorar la actualización y disponibilidad de la información, facilitar la búsqueda de temas navegando de manera intuitiva y dinámica, accediendo a documentación general y de gestión y favoreciendo la relación de los colaboradores con la Compañía y entre ellos.

Como parte de nuestro proceso de gestión de clima, realizamos mediciones bianuales en los cuatro países (la última medición fue en 2015) y un termómetro de seguimiento en los años intermedios como 2016, en el que se sumaron tres zonas de Coca-Cola Andina Chile (San Antonio, Antofagasta y Punta Arenas). Gracias a la implementación de planes específicos de las áreas respecto a oportunidades detectadas en la encuesta 2015, tuvimos un alza de 28% en la favorabilidad general superando los récords de alzas anteriores.



Indicador de Desempeño Clave en la Sustentabilidad

Clima interno favorable	Argentina			Brasil			Chile			Paraguay		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Encuesta bianual (datos 2015) territorios previos a fusión con Coca-Cola Polar	63%	64%	64%	60%	66%	66%	59%	60%	60%	N/A	66%	66%

En Paraguay, en 2016 se desarrolló el área de Comunicaciones Internas que trabaja en conjunto con Marketing potenciando el feedback hacia dentro y fuera de la Compañía. Además, se realizó un taller para la Gerencia de Recursos Humanos a fin de reforzar la atención al cliente interno.

También como parte de la mejora continua, en la operación de Chile se otorgó a los colaboradores el beneficio de la flexibilidad horaria en la jornada de trabajo, que privilegia la libertad con responsabilidad haciendo un buen uso de los rangos horarios propuestos, permitiendo por ejemplo evitar el tránsito en horario de punta durante el traslado hacia la planta e independencia en la gestión del tiempo.

Por otro lado, Coca-Cola Andina continuó con el desarrollo del Programa de Seguridad Basada en el Comportamiento (SBC), una apuesta a largo plazo que propone instaurar un verdadero cambio cultural hacia una compañía segura, sin accidentes y en la que todos y cada uno seamos protagonistas; desarrollando una cultura de prevención aplicable dentro del ámbito laboral y el entorno personal.

En Brasil, otro de los avances fue la implementación del sistema GreenMile, una nueva herramienta de optimización de ruta que mejora el proceso de trabajo de choferes y ayudantes, y sustituyó los dispositivos hand helds por smartphone más ligeros y prácticos.

En la primera semana de implementación, el sistema GreenMile tuvo el 98% de utilización logrando incrementar las visitas a clientes en un 60% de las rutas.

**Más del 60%
de las personas
tienen dentro de
sus objetivos la
Seguridad.**



CELEBRAMOS LA ALEGRÍA COMPARTIDA

Como cada año, continuamos festejando juntos los acontecimientos más emblemáticos para nuestros trabajadores y sus familias así como fechas especiales:

- › Día del Niño
- › Día del Amigo
- › Día del Trabajador
- › Fiesta de Navidad
- › Fiestas de Fin de Año
- › Torneos deportivos
- › Reconocimientos a la trayectoria laboral
- › Visitas de familiares a la Fábrica de la Felicidad

Con el propósito de integrar a las familias y darles a conocer los múltiples beneficios que ofrece la Compañía, el equipo de Recursos Humanos de Antofagasta, Chile, invitó a la planta a las esposas de sus trabajadores, quienes durante un encuentro cercano y amistoso se sintieron parte de nuestra organización.

En Coca-Cola Andina Chile también se otorgaron becas y/o reconocimientos a los hijos de empleados por su buen desempeño escolar en el marco del Programa Excelencia Académica, y se organizó un desayuno para que los jóvenes pudieran compartir la felicidad del logro junto a sus padres y colegas.



Relaciones laborales

En Coca-Cola Andina respetamos y apoyamos el derecho a la libertad de asociación en todos los países donde operamos. Mantenemos reuniones con las organizaciones sindicales a las cuales pertenecen nuestros trabajadores y les suministramos la información que requieren.

Las actualizaciones salariales se negocian con los sindicatos en las fechas especificadas a través de categorías. Estas negociaciones son utilizadas como referencia para actualizaciones de los colaboradores.

Los salarios son revisados por posición contra encuesta de mercado. Las encuestas e investigaciones realizadas garantizan la equidad externa de la remuneración de nuestros empleados, y no se registran diferencias en la Compañía entre los salarios de hombres y mujeres que desempeñan la misma función.

En todas las operaciones, el salario inicial de un empleado que ingresa a tiempo completo se encuentra igual o por encima del salario mínimo local.

Durante los últimos años no sólo se trabajó sobre los beneficios económicos sino también sobre los no económicos, buscando adaptarnos a las nuevas necesidades de los colaboradores.

% del personal sindicalizado por operaciones principales

Argentina		
Embotelladora del Atlántico S.A.	67%	
Andina Empaques Argentina S.A.	78%	
Brasil		
Río de Janeiro Refrescos Ltda.	3%	
Chile		
Embotelladora Andina S.A.	53%	
Vital Jugos S.A.	44%	
Vital Aguas S.A.	65%	
Envases Central S.A.	31%	
Paraguay		
Paraguay Refrescos S.A.	68%	

Relación entre el salario inicial mínimo (sueldo básico sin adicionales) y el salario mínimo local legal.

	2016	2015	2014
Argentina	281%	297%	215%
Brasil	108%	112%	111%
Chile	100%	100%	139%
Paraguay	117%	100%	110%

Formación para el desarrollo de nuestra gente

En Coca-Cola Andina la preparación y evolución profesional permanente en el camino a la excelencia empresarial son parte del ADN de nuestros trabajadores. Por eso seguimos apostando a la capacitación como herramienta esencial para el desarrollo de los recursos humanos.

A partir de los aprendizajes obtenidos en la Encuesta de Clima 2015, en 2016 se reforzaron programas ya activos y se incorporaron otras capacitaciones a fin de desarrollar potencialidades y habilidades de los colaboradores y sus equipos de trabajo. Orientar estratégicamente los recursos es parte del desafío constante que se proponen las áreas de Desarrollo en conjunto con sus áreas de clientes internos.

Programas como Universidad Andina (UA), Escuela Comercial (EC) y Sistema de Excelencia Andina (SEA) son un capital de la Compañía que continúa en permanente crecimiento y sigue cosechando los frutos de los años anteriores. En 2016 se realizaron entrenamientos en liderazgo y feedback brindando herramientas a mandos medios para que tengan una visión 360° que les permita un mejor relacionamiento con sus equipos y pares.

Como aspecto diferencial podemos destacar el gran esfuerzo realizado por digitalizar entrenamientos utilizando modernas

plataformas e-learning, que le permiten al colaborador aprender de manera autónoma con mayor disponibilidad de horarios de ejecución.

La adaptación al ritmo del alumno que tiene esta herramienta es muy positiva y mejora los resultados en la incorporación del conocimiento, brindando la posibilidad de compartir contenidos entre países y potenciando la construcción de “una compañía, un solo equipo”. A nivel administrativo los equipos de Recursos Humanos pueden monitorear participación, evaluaciones y demás métricas de manera ágil pudiendo implementar constantes mejoras.

El futuro de Coca-Cola Andina está en las manos de cada uno de nuestros colaboradores y es tarea de todos asumir la responsabilidad que nos toca. Los esfuerzos realizados para el desarrollo de las personas que integran la Compañía buscan cumplir el propósito de liderar el mercado de bebidas siendo reconocidos por nuestra gestión de excelencia, personas y cultura acogedora.



Indicador de Desempeño Clave en la Sustentabilidad

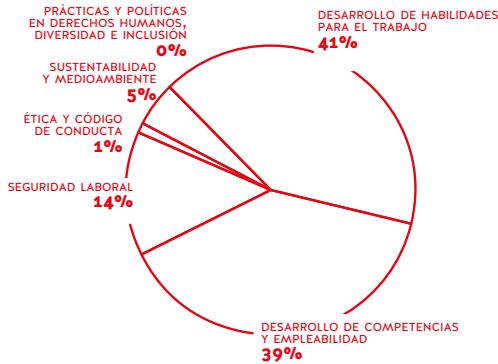
	Argentina			Brasil			Chile			Paraguay		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Rotación de empleados	0,41%	0,49%	0,38%	3,55%	2,84%	2,71%	1,93%	2,04%	2,6%	0,62%	0,50%	0,45%

Calculado como la división entre la cantidad de empleados permanentes que dejaron la empresa y el total de empleados al cierre de cada año.

Horas de capacitación anuales por categoría y género

2016		Gerentes y Ejecutivos Principales	Profesionales y Técnicos	Otros Trabajadores	Estacionales	Totales
Argentina	Mujeres	2.112	5.054	1.874	0	9.041
	Hombres	12.087	8.336	37.255	5.612	63.291
Brasil	Mujeres	106	7.058	6.092	0	13.256
	Hombres	966	70.458	56.722	0	128.146
Chile	Mujeres	102	4.421	6.226	246	10.995
	Hombres	479	9.972	23.117	2.607	36.175
Paraguay	Mujeres	403	2.106	299	118	2.926
	Hombres	364	4.511	6.640	2.604	14.119
Holding	Mujeres	4	209	0	0	213
	Hombres	82	45	0	0	127
Totales		16.705	112.170	138.225	11.188	278.289

Horas de formación por temáticas



Nuevas contrataciones (permanentes)

	Menos de 30 años		Entre 30 y 50 años		Mas de 50 años	
	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino
Argentina	59	7	17	0	0	0
Brasil	906	101	948	65	93	4
Chile	101	43	76	22	8	3
Paraguay	31	10	18	3	0	0
Holding	2	0	2	1	1	0

Egresos*

	Menos de 30 años		Entre 30 y 50 años		Mas de 50 años	
	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino
Argentina	36	7	71	14	13	1
Brasil	957	80	1295	91	138	9
Chile	244	117	295	108	51	19
Paraguay	18	8	34	8	14	2
Holding	0	0	1	2	1	0

* Número de empleados permanentes que abandonaron la organización voluntariamente, por despido, jubilación, fallecimiento u otro.

Principios y valores con responsabilidad social

Comprometidos con la realidad de nuestra Compañía y el entorno que nos rodea, proponemos a los trabajadores reflexionar sobre temas claves como sustentabilidad, ética y derechos humanos a través de capacitaciones, charlas y conferencias.

En Coca-Cola Andina nos preocupamos por la sostenibilidad de nuestro negocio y la sustentabilidad en el ámbito empresarial. Tal es así que en febrero de 2016 participamos de la conferencia que ofreció Margarita Ducci Budge, directora Ejecutiva de la Red Pacto Global Chile, sobre el impacto económico de la sustentabilidad en las organizaciones.

La actividad que se desarrolló junto a la Universidad Siglo XXI en Córdoba, Argentina, sirvió para exponer casos de buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresaria (RSE), en un encuentro abierto a los diversos públicos de la comunidad que potenció el intercambio de experiencias y opiniones.

También en adhesión al Pacto Global de Naciones Unidas, a mediados de 2016 organizamos una capacitación sobre Derechos Humanos y Ética de manos de reconocidos expertos en Chile y Argentina, con el propósito de formar a los trabajadores sobre el rol de la Compañía en estos temas y debatir sobre los dilemas éticos del día a día.

Crear conciencia sobre la importancia y el sentido de los derechos humanos, reflexionar sobre los valores y facilitar herramientas para la resolución de estos dilemas fueron algunos de los ejes temáticos que se abordaron durante los talleres, que aspiramos a repetir en 2017 en Paraguay y Brasil.

Los derechos humanos son un elemento esencial en el ámbito empresarial, protegerlos y respetarlos exige un enorme compromiso por parte de todos los que conformamos Coca-Cola Andina, si queremos una sociedad en paz, más justa, equitativa y solidaria pero también un ámbito de trabajo más armonioso, ético y sustentable en el tiempo.

Por último, para analizar, mejorar y planificar el desarrollo profesional de las personas continuamos con el Programa de Gestión del Desempeño que aplicamos desde 2014, un sistema transversal a la organización sin diferencias en su alcance para determinados segmentos o áreas.

El mismo comprende un modelo único de objetivos y competencias así como una instancia de evaluación de metas y análisis de habilidades, enfocadas a:

- › **Promover igualdad de criterios** para la asignación y evaluación de objetivos de desempeño.
- › **Motivar la generación de habilidades** con foco en resultados, aspiración de crecimiento y personas.
- › **Mantener consistencia y transitividad** en el establecimiento de objetivos, con énfasis en el trabajo en equipo y en la búsqueda de excelencia a nivel global de la Compañía.
- › **Fomentar una cultura que promueve el aprendizaje desde los éxitos y los errores**, e implementar un estilo de comunicación transversal que promueva escucharnos.
- › **Reconocer la contribución individual de los trabajadores** con mejor desempeño.
- › Entregar un modelo que contribuya a la **identificación y selección de potencial y talentos dentro de la Compañía.**
- › Promover **igualdad de oportunidades de desarrollo** para posiciones que requieren iguales competencias y responsabilidades.
- › Proveer herramientas que contribuyan a un **adecuado planeamiento del desarrollo de las personas.**

Compromiso con la diversidad

En nuestra Compañía, entendemos que la discapacidad es sólo una parte de la singularidad de cada individuo, por eso nos centramos en la mejora de los talentos, lo que nos lleva a creer en la diversidad como factor de crecimiento mutuo para la empresa y los empleados.

En Brasil seguimos llevando a cabo en 2016 el Programa de inclusión laboral para personas con discapacidad, que busca permanentemente mejorar las redes de acceso al conocimiento y la información para los públicos objetivos facilitando que se acerquen ellos mismos a empresas con búsquedas activas y promoviendo su incorporación en el mercado laboral.

El programa se desarrolla en alianza con el proyecto "Oportunidades Especiais" creado para reunir información sobre puestos vacantes en grandes empresas que cuenten con propuestas inclusivas; el objetivo es lograr difundir las búsquedas a los públicos objetivos a través de la plataforma e iniciativas comunicacionales.

Durante el 2016 se realizaron jornadas de benchmarking con la operación de Brasil para replicar programas similares en Chile, Argentina y Paraguay. Al final del año se conformaron los equipos de cada país que llevarán adelante el proyecto y se planificaron capacitaciones para mandos medios, quienes serán los socios estratégicos en la implementación, para estar en condiciones de dar los primeros pasos en 2017.

Personas con discapacidad motora, intelectual o visual

Brasil	2016	2015
Profesionales y técnicos	165	97
Otros trabajadores	8	50
Total	173	147



Compensaciones y beneficios

Están dirigidos al cuidado y prevención de la salud; al desarrollo de una vida sana y al desarrollo y disfrute de la familia.

Las compensaciones y beneficios que ofrece Coca-Cola Andina contemplan lo exigido por la legislación laboral en cada uno de los países en los cuales tenemos operaciones, pero año a año la compañía se esfuerza por ir más allá ya sea con beneficios para complementar seguros de salud para el colaborador y su familia, para continuar y finalizar estudios y así contribuir a la empleabilidad, para facilitar momentos especiales de la vida de nuestros colaboradores y mejorar su calidad de vida.

EN EL 100% DE LAS OPERACIONES:

Salud	Otros
> Licencia por maternidad y paternidad.	> Estacionamiento sin cargo.
> Seguro de Vida adicional al obligatorio de ley.	> Entrega de uniformes al personal de operación.
> Chequeo Médico Completo Anual para gerentes, jefes y supervisores.	
Sociales	
> Licencias por matrimonio, fallecimiento de familiar próximo, hermanos y abuelos.	
Económicos	
> Bebida sin cargo.	
> Caja Navideña.	





EN EL 75% DE LAS OPERACIONES

Salud
› Reposo por maternidad y tiempo remunerado de lactancia (6 meses de disminución a media jornada de trabajo sin reducción salarial para las mujeres reintegradas luego de la licencia por maternidad).
› Asistencia y seguro médico.
› Gimnasia laboral: acceso a planes de actividades físicas en instalaciones propias o por convenio, para el cuidado integral y esparcimiento.
› Programas preventivos de vacunación (dengue, gripe, fiebre amarilla, hepatitis A, etc.).
Sociales
› Guardería.
› Entradas para participar en eventos.
Económicos
› Kit escolar, bonificación para hijos menores de 18 años.
› Gratificación por jubilación.
› Servicio de comedor.
› Regalo de fin de año.
Otros
› Licencia por paternidad extendida 1 día (la ley determina 2 nosotros damos 3).
› Extensión de 1 día de la licencia por fallecimiento familiar directo (la ley da 3).
› Refrigerio: fruta y yogurt para los puestos administrativos.
› Descuento en compra de productos de la empresa.
› Extensión de licencia por fallecimiento de cónyuge 4 días.
› Programa de deporte y recreación para trabajadores.

EN EL 50% DE LAS OPERACIONES

SALUD
› Plan dental.
› Servicio de Fisioterapia/kinesiología.
EDUCACIÓN
› Descuentos en las tarifas de distintos programas educativos para empleados.
› Licencias por exámenes.
ECONÓMICOS
› Servicio de transporte para todo el personal.
› Concursos para hijos de los colaboradores con mejores promedios.
› Regalo de nacimiento.
OTROS
› Extensión de 1 día de la licencia por fallecimiento de familiar indirecto (la ley da 1 día).
› Bebida sin cargo para el cumpleaños de los hijos de los colaboradores.
› Biblioteca interna.
› Goce de feriado en período de vacaciones.
› Nutricionista en planta.
› Obsequio de prendas de verano e invierno para el personal soporte.
› Licencia por donación de sangre 1 día.
› Adicional por título universitario o terciario para trabajadores DCCT.
› Reintegro de gastos en hoteles al trabajador DCCT con tope.
› Anticipo extraordinario de haberes.
› Fiesta de Navidad para trabajador y familia.
› Pago de subsidio de los 3 primeros días de licencias médicas que no cubre el plan de salud.

EN EL 25% DE LAS OPERACIONES

SALUD
› Seguro de salud o plan de obra social; incluye al empleado y grupo familiar, siendo la Compañía quien absorbe todas las diferencias que implique el valor del pan versus los aportes y contribuciones de ley.
› Programas de reeducación alimentaria.
› Conferencias, talleres y charlas de interés para colaboradores y grupo familiar.
EDUCACIÓN
› Becas de excelencia académica para carrera universitaria a hijos de los trabajadores.

ECONÓMICOS
› Política habitacional que consiste en el otorgamiento de subsidio a 5 trabajadores al año.
OTROS
› 12 sueldos adicionales al seguro de vida colectivo a un costo muy bajo y/o incorporar al cónyuge dentro del seguro.
› Licencia de vacaciones pagas con plus vacacional.
› Licencia por mudanza 1 día.
› Licencia adicional de 2 días por vacaciones por viajes a más de 1.000 kms. por un mínimo de 10 días (DCCT).
› Convenios de descuento con instituciones de salud y farmacia.
› Regalo de navidad para hijos de trabajadores.

Licencias por maternidad/paternidad y continuidad en el trabajo

	Cantidad de colaboradores que tomaron licencia		Cantidad de colaboradores que continúan trabajando luego de su licencia	
	Maternidad	Paternidad	Maternidad	Paternidad
Argentina	29	126	29	126
Brasil	63	207	47	174
Chile	44	-	34	-
Paraguay	5	65	5	60
Holding	0	0	0	0
Total	141	398	115	360

El
79%
de las madres y el
88%
de los padres continúan en la empresa
luego de un año de tomarse la licencia.

Salud y seguridad, un desafío de todos

Así como gestionamos otras partes críticas del negocio, proveer un ambiente saludable y seguro es un compromiso que nos involucra a todos si queremos ser reconocidos por la gestión de personas con las que trabajamos.

Desde 2015, las operaciones de Coca-Cola Andina trabajan para la transformación hacia una cultura segura. El Programa de Seguridad Basada en el Comportamiento (SBC) establece las etapas, los criterios y la mecánica de implementación para las áreas a cargo de la Seguridad siguiendo los lineamientos del programa de gestión de seguridad de The Coca-Cola Company.

El propósito es asegurar el respeto por la salud, la seguridad y la valoración de la vida sobre la base de la responsabilidad de parte de líderes, directivos, empleados, contratistas y público general.

Los esfuerzos conducen a la disminución de accidentes, la prevención de siniestros, el cumplimiento legal y la ergonomía. Adoptamos medidas de salud y seguridad para la prevención de riesgos, realizando chequeos médicos a nuestros colaboradores

y promoviendo la capacitación para una cultura preventiva.

En cada operación activamos programas para lograr “Accidente Cero” y “Gestores de Trabajo Seguro”, que buscan comprometer a los trabajadores con el Sistema de Gestión de Seguridad de cada país. En ninguno de ellos registramos accidentes fatales gracias a los controles y políticas que aplicamos de manera permanente y el compromiso de nuestra gente con el cuidado personal.

Contamos con Comités de Salud y Seguridad en los que están representados el 100% de los colaboradores de la Compañía. En cada uno de ellos participan ejecutivos, técnicos y operarios, garantizando también la representación de las diferentes áreas (Logística, Industrial, Comercial, Administración, etc.).

El Programa tiene tres fases de implementación y cada una de ellas se somete a procesos de auditoría que deben acreditar el cumplimiento de metas sobre reducción de accidentes.

Existen instancias comunes para todas las operaciones tales como charlas sobre seguridad entre los supervisores y sus equipos de trabajo, rutinas de observaciones, comités de seguimiento, academia de seguridad, programa de comunicación y programa de reconocimientos.

La iniciativa exige la participación activa de operarios, sindicato y líderes de los procesos, quienes trabajan en el análisis y propuestas de mejoras. Durante el 2016 se realizaron más de 32.000 horas de capacitación en seguridad y en los cuatro países se obtuvieron resultados muy positivos:



En 2016 no hubo accidentes fatales.

ARGENTINA

La Tasa de accidentabilidad de noviembre 2016 disminuyó un 73% con respecto a noviembre 2015, y en el acumulado de igual período disminuyó un 20%.

BRASIL

El Programa de Seguridad en el Tránsito “Fleet Safety” redujo el indicador “Crash Rate” (número de colisiones de nuestra flota) de un 2,5 en el 2015 a un 0,35 en el 2016.

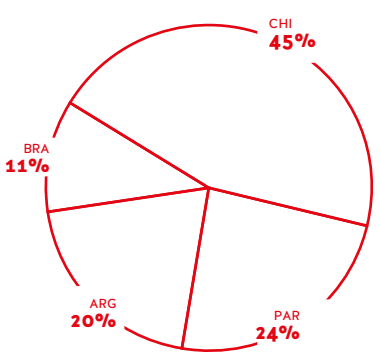
CHILE

El ratio de accidentabilidad (LTIR) bajó en 2016 un 36% con respecto al 2015.

PARAGUAY

Se capacitaron a 140 líderes de áreas industriales, logísticas y comerciales en el programa Seguridad Basada en el Comportamiento (SBC).

HORAS DE TERCEROS



*Los indicadores de seguridad incluyen a terceros.

Tasa de accidentes (LTIR)

	2016	2015	2014	2013
Argentina	5,07	6,14	8,45	8,2
Brasil	0,58	0,53	0,75	0,74
Chile	2,60	4,19	6,5	4,66
Paraguay	0,46	0,59	0,82	0,67

Tasa de días de baja por accidentes (LTISR)

LTISR	2016	2015	2014	2013
Argentina	143,08	202,10	213,46	215,01
Brasil	6,61	6,94	6,48	7,30
Chile	47,95	52,99	76,97	65,58
Paraguay	3,73	3,84	7,21	4,08

NOTA: Ambos indicadores incluyen terceros.



Indicador de Desempeño Clave en la Sustentabilidad

	Argentina			Brasil			Chile			Paraguay		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Tasa de ausentismo %	3,09	3,21	3,09	1,9	2,27	1,78	3,39	3,19	3,30	1,78	1,57	1,62

Un desafío colectivo

Con el propósito de asegurar la continuidad y el éxito del negocio a través de la identificación oportuna y el desarrollo de las personas en las posiciones actuales y futuras, Coca-Cola Andina trabaja en un plan de sucesión de puestos estratégicos.

En medio de un entorno empresarial en permanente cambio con variables poco controlables en relación a la complejidad del medio en que se desenvuelven los negocios, trabajar en la planificación de la sucesión de puestos críticos es un eje central para la gestión de recursos humanos en toda compañía.

Conscientes de la responsabilidad de gestionar el potencial humano y velar por el normal funcionamiento de nuestra organización, en Coca-Cola Andina pusimos en marcha un "Plan Global de Gestión de Talento y Sucesión".

Se trata de una iniciativa basada en tres actividades claves: planificar los puestos que serán objeto del plan (estrategia, competencias, estructura actual y futura); identificar las competencias requeridas para ejercerlo de manera idónea (analizar el desempeño, potencial y planes de sucesión) y desarrollar la formación y adiestramiento de los candidatos (feedback, planes de acción del individuo y de la Compañía, y seguimiento).

Creemos que este mecanismo, además de garantizar una continuidad con colaboradores que ya conocen la organización y de cuya carrera profesional fuimos testigos,

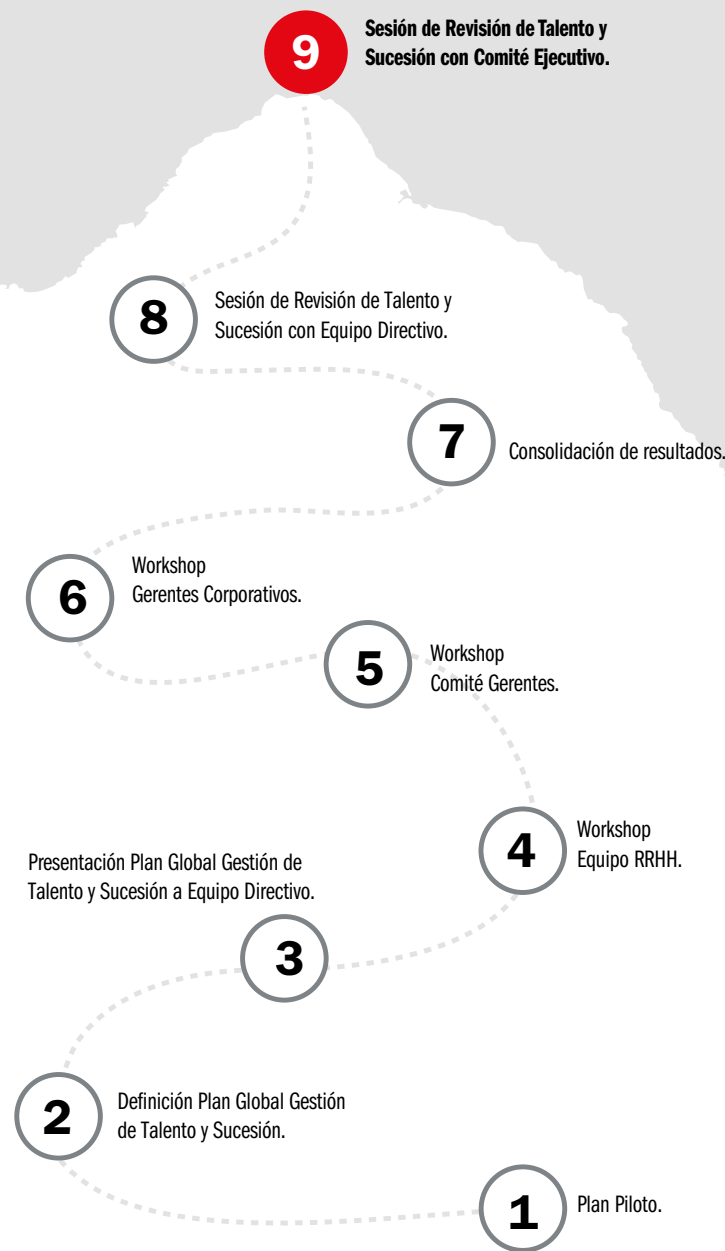
nos permite observar las capacidades del futuro mando como formador y persona capaz de generar equipo, competencias claves para cualquier directivo.

En una primera etapa, el proceso alcanzó a 261 personas entre integrantes del Equipo Directivo (Nivel N), el Comité de Gerentes Funcionales y Corporativos (Nivel 1) y Ejecutivos y Profesionales (Nivel 2) que se enfrentaron al desafío de: aprender a través de la experiencia 'on the job' como salidas a mercado, visitas a operaciones, intercambio con otros roles, participación en proyectos interfuncionales, etc.; aprender de otros mediante acciones como el feedback, coaching, mentoring y aprendizaje con grupos de trabajo; y el entrenamiento formal de la mano de cursos de perfeccionamiento, conferencias, seminarios, diplomaturas y másters.

A futuro, el desafío es hacer extensivo el proceso de feedback a los niveles 1 y 2 en todas las operaciones; definir planes de acción para el desarrollo de las personas; instalar el Proceso de Revisión de Talento como un ciclo permanente dentro del proceso de Gestión de los Líderes de la organización y reforzar la dotación de recursos internos en cada país donde tenemos presencia y entre países.

En Coca-Cola Andina estamos convencidos de que esta nueva política no sólo garantiza la continuidad del negocio, sino que además promueve una cultura organizacional donde las personas son un recurso valioso que interactúa de manera generosa, compartiendo experiencia y conocimiento, enriqueciéndose mutuamente y velando por el futuro y crecimiento de su propia carrera profesional y de toda la Compañía.

ETAPAS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL "PLAN GLOBAL DE GESTIÓN DE TALENTO Y SUCESIÓN"





Fomentamos una cultura laboral inclusiva

En 2016, continuamos con proyectos de inserción laboral para personas con discapacidad, con el objetivo de contribuir a la inclusión social a través de la empleabilidad y la capacitación colaborando en el desarrollo de 263 trabajadores que desenvuelven en distintas tareas en más de 10 unidades operativas de Coca-Cola Andina Brasil.



En Coca-Cola Andina estamos convencidos de que la diversidad en el mundo del trabajo es un factor clave para el desarrollo sostenible, que contribuye a mejorar la competitividad de las organizaciones y su clima organizacional, sensibiliza a los colaboradores y potencia el trabajo en equipo.

En este marco, es que en 2016 obtuvimos excelentes resultados del “Programa de inclusión laboral para personas con discapacidad”, una propuesta que incentiva su participación y desenvolvimiento creando un ambiente colaborativo que favorece el crecimiento mutuo de la Compañía y su gente.

La iniciativa comenzó en el barrio de Jacarepaguá, en Río de Janeiro, y se extendió rápidamente a otras zonas de esa ciudad; Espírito Santo, uno de los estados más pequeños de Brasil, y Ribeirão Preto, un importante municipio brasileño del interior de São Paulo, incluyendo a un total de 263 trabajadores con discapacidad en toda Coca-Cola Andina Brasil.

Entre algunas de las principales conquistas, el programa promovió la incorporación de tecnologías inclusivas como el software NVDA, un lector de pantallas gratuito y de código abierto que permite a personas ciegas el uso del ordenador con sistema operativo Windows, a través de una síntesis

de voz o dispositivo braille; capacitaciones y reuniones bimensuales para alinear pautas de comportamiento. Además, entre otras cosas, incluyó instancias de acompañamiento y seguimiento; horario flexible de trabajo para facilitar el traslado de las personas, el acceso a un tratamiento terapéutico o médico y la continuidad de la carrera profesional, e importantes obras de accesibilidad como puertas automáticas, rampas en los principales accesos y baños adaptados.

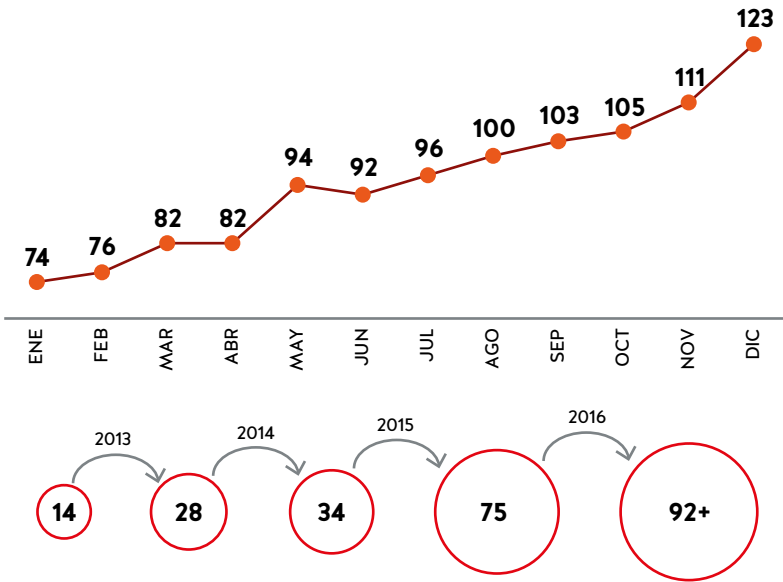


¿QUÉ ES LA DISCAPACIDAD?

Según la Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad adoptada por las Naciones Unidas, “resulta de la interacción entre las personas con deficiencias (físicas, mentales, intelectuales o sensoriales) y las barreras debidas a la actitud y al entorno que evitan su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con los demás”.

La rotación media del año 2016 de personas con discapacidad es 0,22; mientras que la rotación media de la Compañía es de 2,77.

EVOLUCIÓN DE LA DOTACIÓN DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD 2016



Comunidad



NUESTRO ENFOQUE

Buscamos contribuir con el progreso de las comunidades donde desarrollamos nuestras actividades, a través de programas para fomentar las economías locales, generar oportunidades y mejorar la calidad de vida de las personas.

% de proveedores nacionales			
Argentina	Brasil	Chile	Paraguay
97,0%	99,6%	95,0%	85,9%

Nuestro aporte a la comunidad
















Como Compañía, buscamos en cada una de las operaciones satisfacer simultáneamente a clientes, consumidores, accionistas, empleados, proveedores y a la comunidad en general.

En Coca-Cola Andina aspiramos a generar valor en las sociedades donde estamos presentes, alcanzando no sólo a las comunidades locales de cada uno de los países sino también a nuestra cadena de valor conformada por clientes, accionistas y proveedores comprometidos con la esencia Coca-Cola.

Para cumplir con ese propósito, desarrollamos - sobre la base de conductas éticas que guían nuestro accionar - negocios con impacto social entendiendo que su

sustentabilidad depende de la demanda de los clientes y de las alianzas que tejamos con ellos, proveedores, distribuidores y los propios consumidores.

Los líderes de sustentabilidad de cada operación identificaron las oportunidades en cada eslabón de la cadena de valor para integrar los programas de comunidad con ellos, teniendo una visión de 360° sobre los impactos positivos que podemos ejercer como Sistema.

UPSTREAM			OPERACIÓN Y LOGÍSTICA	DOWNSTREAM		
The Coca-Cola Company (TCCC)	Proveedores de materias primas y servicios	Coca-Cola Andina Embotellado Empaque	Distribución	Clientes	Consumidores Reciclado y recuperación	
						
Proveedor del concentrado y jarabes. Estándares de operación del Sistema Coca-Cola (KORE). Estándares para proveedores de materias primas. Metas de Sustentabilidad 2020 - Agricultura Sustentable.	Incluye a proveedores que aportan materias primas y servicios a las distintas operaciones en Brasil, Argentina, Paraguay y Chile. Implementación de empaques sustentables.	Embotellado, el empaque y todas las tareas administrativas y de logística, relevando y minimizando los impactos.	Incluye la distribución (Centros propios de Distribución). Optimización de rutas con el objetivo de llegar a todos.	Incluye la amplia red de clientes, en su mayoría pequeños quioscos y almacenes. Refrigeración con nuevas tecnologías que reducen el consumo de energía.	Comprende las estrategias de reciclado y recuperación en conjunto con la comunidad. Mejoras en la logística inversa, acompañamiento a recicladores. Concientización a consumidores.	
Ejes Sustentabilidad		Beneficios de bebidas		Gestión de energía y protección del clima		
		Empaques sustentables		Vida activa y saludable		
		Ambiente de trabajo		Empaques sustentables		
		Gestión de energía y protección del clima		Comunidad		
		Guardianes del agua				

Nuestros clientes

De 258.807 clientes, un 37% son almaceneros y pequeños comerciantes, lo que denominamos canal tradicional.



A raíz del contexto socioeconómico de los países donde se desarrollan nuestras operaciones, la cartera de clientes de Coca-Cola Andina cayó levemente respecto 2015, aun así el porcentaje de pequeños comerciantes se mantiene año a año.

Los clientes conforman un eslabón fundamental en nuestra cadena de valor, ya que además del impacto social que generan para el crecimiento de las economías locales, son responsables de un importante porcentaje de las ventas de la Compañía.

De este modo, ofrecemos capacitaciones y visitas a plantas junto a sus familiares, experiencias gracias a las cuales llegamos a empoderar con herramientas de gestión a los pequeños comercios que nos abren sus puertas.

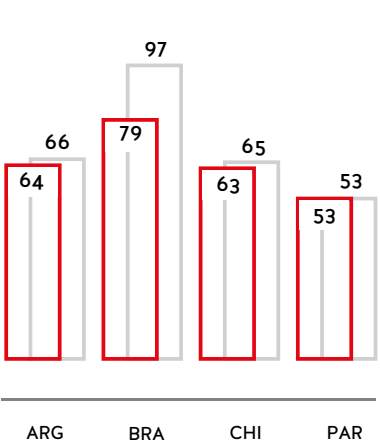
En forma regular medimos la satisfacción de nuestros clientes: todos los países cuentan

con un call center que recepta distintos tipos de consultas; una herramienta colaborativa que favorece el diálogo permanente entre ellos y la Fuerza de Ventas. La meta para todas las operaciones es superar el 85% de satisfacción de clientes.

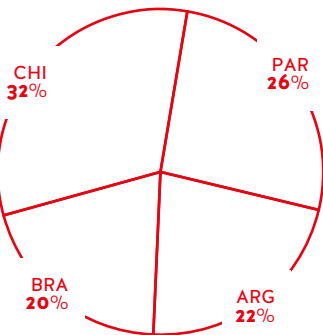
Además, conscientes de la necesidad de adaptarnos a las nuevas tecnologías, ponemos a disposición amplias posibilidades de contacto digital y diferentes canales de comunicación con nuestros clientes, vía telefónica, e-mail, web y visitas presenciales.

Al igual que los pequeños almaceneros, los grandes clientes también son importantes y es por ello que los incentivamos a crear alianzas en temas como empaques retornables y devolución de empaques no retornables, a través de campañas en sus centros comerciales para que funcionen como puntos limpios.

CANTIDAD DE CLIENTES (EN MILES)



VENTAS TRADICIONAL



	Argentina			Brasil			Chile			Paraguay		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Satisfacción del cliente												
Medición bianual con alcance a todas las operaciones de Coca-Cola Andina	85,00%	85,00%	86,30%	70,80%	70,80%	N/A	61,00%	75,00%	75,40%	83,00%	83,00%	86,80%

CUSTOMER SERVICES LOVE

Este año hemos tenido en cuenta el índice de amor a la marca que desarrolla Coca-Cola Company para los embotelladores de la unidad de negocio de América latina Sur (SLBU south latin business unit).



Programas de desarrollo orientados al cliente

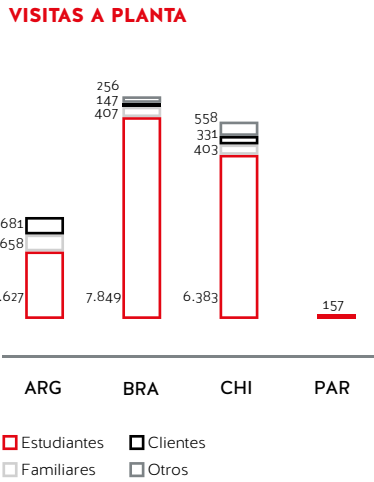


CAPACITACIÓN EN ESTRATEGIAS DE VENTA AL CANAL TRADICIONAL

Formamos a pequeños y medianos comerciantes, incrementando la rentabilidad de sus negocios e impactando directamente en la calidad de vida de sus dueños, dependientes, familias y la comunidad donde están insertos.

VISITAS A PLANTAS

Este programa nos ayuda a fortalecer el vínculo con los clientes y potenciar su sentido de pertenencia con la marca. Estas instancias les permiten conocer nuestra historia; los procesos de elaboración de las bebidas y la tecnología puesta en juego para su obtención; los controles de calidad que se realizan; los programas de sustentabilidad y el compromiso de la Compañía con el cuidado del medio ambiente.



En Argentina hubo 1.336 visitantes de los cuales el 51% fueron clientes. En Brasil hubo 8.659 visitantes de los cuales el 2% fueron clientes. En Chile hubo 7.675 visitantes de los cuales el 4% fueron clientes.



CAPACITACIÓN SOBRE LEY DE ETIQUETADO

Capacitamos al público interno y externo respecto a los cambios que implica la nueva normativa en Chile (Ver Caso destacado Capítulo 2): desarrollamos un equipo especial de embajadores para poder hacer frente a las dudas e incertidumbres que generó la ley y formamos a nuestros clientes, fundamentalmente a aquellos ubicados dentro o cerca de espacios educativos por el impacto de la misma en estos establecimientos.

CONCURSOS DE VENTAS

Anualmente, se llevan a cabo concursos premiando a los clientes como forma de reconocimiento a su trayectoria junto a la Compañía. Cada uno de ellos puede seguir en una página web específica el desarrollo de los concursos que se implementan a lo largo del año e informarse sobre su evolución.

DESARROLLO DE LA FUERZA DE VENTA DE DISTRIBUIDORES

El programa abarca a los más importantes distribuidores. Mediante la formación y asesoramiento a través de instructores internos, se les brinda herramientas para el logro de los objetivos y para alinear sus capacidades a las de la Fuerza de Ventas de la Compañía.

En 2016 continuó el Programa de Fidelización de Clientes superando los valores del año pasado y logrando la participación de 752 clientes. Se trata de una propuesta proyectada a largo plazo que busca generar una relación fundada en la confianza, transformando el concepto de “Proveedor/Cliente” por el de “Socios de Negocios” a través de un plan de beneficios mutuos mediante el cual ambos resultemos beneficiados. Queremos ser el proveedor preferido de nuestros clientes incrementando el vínculo y comunicación con ellos, capacitándonos como socios y cumpliendo metas comunes.

En Argentina se dictaron 2.694 horas de capacitación a clientes.



Al 93 % le resultaba interesante la propuesta.

El 85% tendría intención de participar.

País	Modelo de Negocio	Indicador	Valor
ARG	Tradicional	100%	33,2
	Mayorista	100%	33,9
	Supermercado	100%	30,0
	On-Premise	10%	2,9
BRA	Tradicional	100%	24,7
	Mayorista	100%	23,9
	Supermercado	100%	31,1
	On-Premise	100%	20,3
CHI	Tradicional	100%	48,2
	Mayorista	100%	11,7
	Supermercado	100%	28,4
	On-Premise	100%	11,8
PAR	Tradicional	100%	47,4
	Mayorista	100%	18,1
	Supermercado	100%	12,1
	On-Premise	100%	22,4

Nuestros proveedores

En Coca-Cola Andina creemos que los proveedores son un eslabón fundamental en la cadena de valor, por eso trabajamos en conjunto con aquellos que comparten nuestros valores y operan de manera ética para lograr excelencia en la calidad de los productos y eficiencia en los servicios.

Convencidos de que el trabajo en equipo contribuye a mejorar los resultados de la Compañía, nos nutrimos de la tarea de los proveedores para cubrir algunas de las necesidades de insumos y servicios que se requieren para la elaboración de nuestros productos. Gestionarlos de manera apropiada nos obliga a realizar un seguimiento y evaluación permanente sobre la base de la comunicación constante y el conocimiento de sus realidades para lograr las mejores relaciones.

En Coca-Cola Andina operamos en conjunto con proveedores del agro y de la construcción, y otros, gracias a los cuales logramos servicios de excelencia para los distintos públicos.

El valor agregado que el Sistema Coca-Cola genera en conjunto con toda su cadena de valor es significativo, llegando a representar el 0,3% del PBI de los países donde opera. La tarea mancomunada con proveedores favorece mayores beneficios tanto económicos, sociales como ambientales.

EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

En Coca-Cola Andina mantenemos con nuestros proveedores una relación de Ganar-Ganar, respaldando sus actividades y generando asociaciones claves con aquellos que son críticos para la operación. Tenemos como política alentar su crecimiento, apostando a su mejora continua y haciendo prevalecer en la elección a aquellos que alcanzan mayor desarrollo en calidad, responsabilidad social y cuidado del medioambiente.



PRIORIZAMOS LA CONTRATACIÓN DE PROVEEDORES LOCALES

Procuramos realizar adquisiciones y compras a proveedores locales radicados en las ciudades donde tenemos las plantas productivas y los principales centros de distribución. Esta decisión busca esencialmente promover el desarrollo local de empresas proveedoras, generar una integración con la cadena de suministro, reducir el tiempo de entrega y el riesgo de exposición a variaciones de tasas de monedas extranjeras.

Durante el 2016 las áreas de abastecimiento compartieron experiencias sobre sus exigencias y procesos, que por su robustez muchas veces no permiten la inclusión de pequeños productores o empresas sociales. En este sentido, la política corporativa de compras se modificó y en conjunto a las operaciones se implementaron algunos casos de éxito en este ámbito. Su última versión contempla incorporar dimensiones sociales y ambientales a la evaluación técnica asignándole un peso, para luego avanzar a la evaluación económica.

Un ejemplo de empresa de gestión social que promueve el desarrollo de proveedores locales es El Arca Productores + Consumidores, que impulsa comunidades prosumidoras (productoras y consumidoras a la vez) vinculando pequeños productores con redes donde poder comercializar y ofrecer servicios. A través de El Arca concretamos en Argentina la compra de uniformes que son fabricados por pequeños productores textiles.

Indicadores de proveedores

	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay
Porcentaje de proveedores nacionales				
2014	96,90%	99,10%	97,10%	86,30%
2015	97,11%	99,80%	95,56%	87,00%
2016	97,00%	99,68%	95,06%	85,93%
Porcentaje del gasto a proveedores nacionales				
2014	95,50%	98,60%	98,50%	64,80%
2015	98,85%	99,90%	97,52%	54,00%
2016	97,00%	99,83%	97,52%	40,00%

En 2016 tuvimos un total de 8.927 proveedores.

WORKSHOP PARA PROVEEDORES Y PRESTADORES DE SERVICIOS

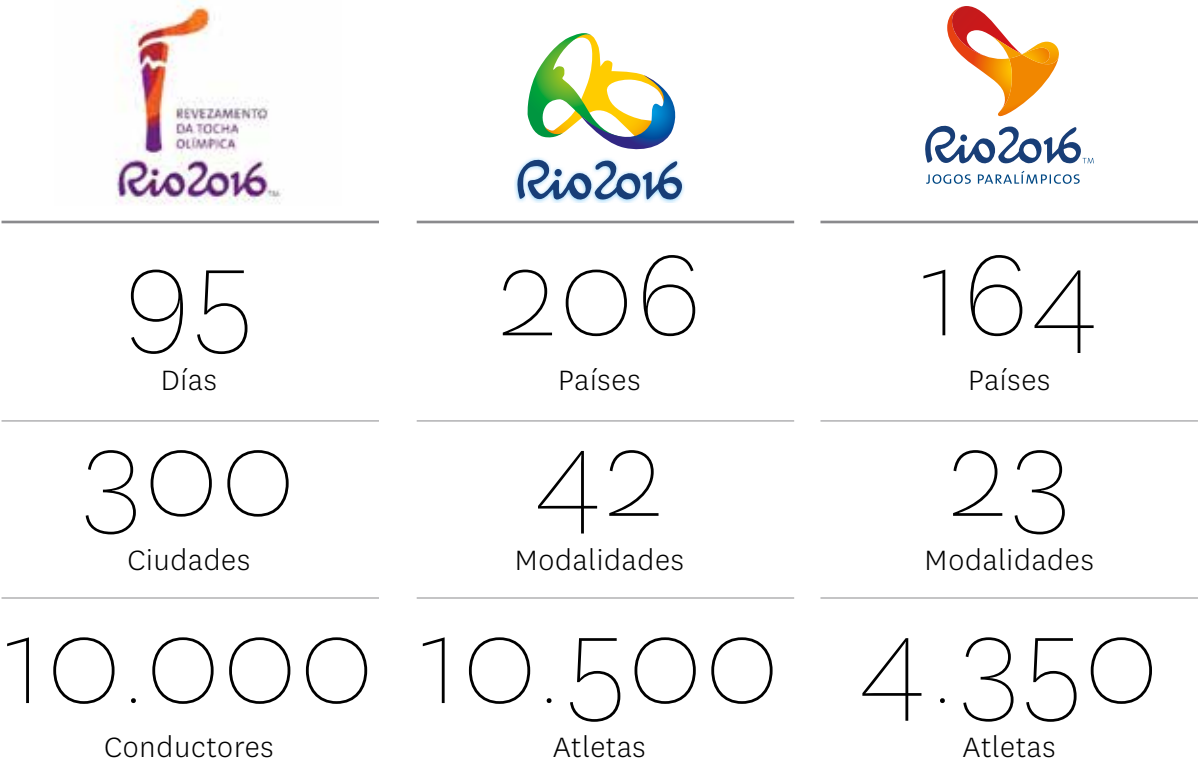
En Coca-Cola Andina Brasil se realizó la 12ª edición del workshop para proveedores de insumos y servicios; una jornada anual donde se invita a los principales proveedores para reconocer aquellos de mejor desempeño y se aprovecha el encuentro para abordar las siguientes temáticas:

- › Mirada del contexto económico con un especialista externo.
- › Sustentabilidad y programas de responsabilidad social en la comunidad.
- › Política de compras y sus actualizaciones.
- › Almacenes y requisitos de recepción de materia prima.
- › Proceso financiero, documentación y pagos.

- › Auditorías internas y canal de denuncias anónimas.
- › Sistema de gestión integrado, y procesos de aseguramiento de:
 - Calidad,
 - Inocuidad,
 - Medio ambiente,
 - Salud y seguridad,
 - Auditoría a proveedores de servicios críticos.

En 2016 se hizo una mención especial por las Olimpiadas, ya que la ciudad de Río de Janeiro fue sede de los tres eventos deportivos más representativos del mundo; fueron 114 días en los que nuestra operación debió adaptarse al acontecimiento deportivo más grande del planeta.

Coca-Cola Andina Brasil con su cadena de valor fue clave para sincronizar el funcionamiento de la operación durante las Olimpiadas.



PRINCIPIOS RECTORES PARA PROVEEDORES

En Coca-Cola Andina estamos comprometidos con la defensa de los principios fundamentales de los derechos humanos internacionales en el lugar de trabajo, cualquiera sea el sitio en donde operemos.

Creemos que la verdadera medida de un negocio bien administrado no sólo considera si éste alcanza el éxito a nivel económico sino cómo lo alcanza; por eso buscamos desarrollar relaciones con proveedores que compartan valores similares y operen de manera ética.

Nuestro compromiso con los derechos humanos se formaliza en el respeto a la Declaración de Derechos Humanos de las Naciones Unidas; la Declaración de los principios y derechos fundamentales en el trabajo de la Organización Internacional del Trabajo y los principios del Pacto Global.

La política de la Compañía sobre este tema se plasma en los “Principios Rectores para Proveedores” cuyas disposiciones abarcan a los proveedores asociados y a los grupos embotelladores independientes. Estas premisas les comunican nuestros valores y expectativas, destacan la importancia

de las prácticas responsables en el lugar de trabajo, que respeten los derechos humanos y cumplan -como mínimo- las leyes laborales y del medioambiente en el ámbito local, así como las convenciones internacionales claves.

Como norma general, el proveedor debe cumplir con todas las leyes vigentes locales y nacionales relacionadas con estos temas, excepto que la Organización Internacional del Trabajo establezca requisitos mayores, en cuyo caso debe aplicar estos últimos. Si un proveedor no cumple algún aspecto de los requisitos de los Principios Rectores, se deberán implementar acciones correctivas. La Compañía se reserva el derecho a rescindir su acuerdo con cualquier proveedor que no pueda demostrar que los cumple.

Los principales proveedores de Coca-Cola Andina deben cumplir con los requisitos previstos en el documento y luego someterse a evaluaciones periódicas realizadas por firmas monitoras acreditadas e independientes que se especializan en cumplimiento social, en nombre de The Coca-Cola Company.

Para obtener más información, visite el sitio web www.thecocacolacompany.com.

Nuestros proveedores deben cumplir con los siguientes requisitos:

- › Respeto a la libertad de asociación y negociación colectiva.
- › Prohibición del trabajo infantil.
- › Prohibición del trabajo forzado y del abuso en el trabajo.
- › Eliminación de la discriminación.
- › Horas de trabajo y sueldos.
- › Lugar de trabajo seguro y saludable.
- › Protección del medioambiente.
- › Integridad empresarial.
- › Procedimientos de reclamación y solución.
- › Sistemas de gestión adecuados y efectivos.



UNA NUEVA GESTIÓN PARA NUESTROS CONTRATISTAS

La administración de compromisos y relaciones con empresas contratistas es un tema cada vez más complejo para las grandes compañías, sobre todo cuando el tamaño de la operación es extenso y buena parte de su funcionamiento se apoya en estos terceros.

Coca-Cola Andina no es la excepción, y es por eso que en la búsqueda continua de eficiencia este año adoptamos un nuevo modelo de Gestión de Terceros, que permite regular la cantidad de contratos por operación, el peso sobre los costos de la organización y los trabajadores involucrados en estos contratos, más aún cuando muchos de ellos tienen una relación directa con nuestros consumidores. De esta manera compartimos la visión de ser reconocidos por nuestra gestión de excelencia.

El nuevo modelo aborda de forma integral la problemática de administración de contratos y permite que se gestionen con un pleno control, ordenamiento, transparencia y buscando el mejoramiento continuo de los costos y el desempeño de los servicios.

En resumen, cuenta con cuatro ámbitos de gestión: la Gestión Operacional, la Gestión del Desempeño, el Monitoreo a la Gestión del Contrato y la Gestión Legal y Social; propiciando un abordaje global y definiendo tareas específicas que debe cumplir cada uno de los involucrados en el proceso de gestión de contratos. Esta estrategia establece también una preparación y capacitación para los actores involucrados, que les permite comprender

y adherir a un nuevo modelo que beneficia a todas las partes.

El modelo de administración de contratos logra integrar exitosamente los cinco ámbitos fundamentales (Operacional, Financiero, Relaciones Laborales, Legal, Inocuidad y seguridad laboral) bajo una sola herramienta a través de variables medibles y controlables.

Proveedores críticos evaluados	Categoría	Conceptos evaluados	2016
Proveedores de ingredientes	Cumplimiento	SGP (Supplier Guiding Principles)	96%
		GFSI (Global Food Safety Initiative)	85%
		SAA (Supplier Authorization Agreement)	N/A
Proveedores de empaques	Cumplimiento	SGP (Supplier Guiding Principles)	93%
		GFSI (Global Food Safety Initiative)	54%
		CSME (Packaging & Sales & Marketing Equipment)	98%

COMITÉ DE SUPPLY CHAIN

Participamos en los Comités de Supply Chain de embotelladores de Coca-Cola, donde se trabaja en iniciativas conjuntas para potenciar volúmenes de negocio y buenas prácticas comerciales. Se logran acuerdos de desarrollo de proveedores de insumos estratégicos y adecuaciones a nuestros estándares de calidad, por ejemplo azúcar, tapas, preformas, etc. Además, se crean alianzas con otras compañías e instituciones para trabajar buenas prácticas en la cadena de valor, bajo la organización de Consorcios de Compras.

Herramientas de la gestión de proveedores

REQUISITOS DEL SISTEMA DE GESTIÓN

A todos los proveedores contratistas que prestan servicios en planta se les comunican y controlan permanentemente los requisitos del Sistema de Gestión: asegurar la calidad de nuestros productos y que los mismos sean seguros para el consumo; mitigar los riesgos a la salud y seguridad de las personas que participen de las actividades de la empresa; minimizar los impactos ambientales negativos; controlar los riesgos a la propiedad intelectual y material de la empresa.

Clasificación	Para optimizar la gestión se clasifica a los proveedores en grandes categorías de acuerdo a su importancia y criticidad. Si bien se mantiene la misma política de relación con todos ellos, ciertos procesos y procedimientos están diferenciados según su clasificación.
Desarrollo	Promovemos y colaboramos en la mejora del desempeño y el desarrollo de los proveedores a través de controles, evaluaciones y retroalimentación. Colaboramos con planes de mejora; capacitaciones específicas; apoyo económico en circunstancias críticas; evaluación y retroalimentación respecto de prácticas de seguridad e higiene, calidad, protección del medioambiente y responsabilidad social empresarial.
Requisitos sociales y ambientales	Contamos con un procedimiento específico que define las reglas y requisitos a los cuales los proveedores deben atenerse, incluyendo aspectos de salud, seguridad y medioambiente. Todos los contratos de servicio incluyen el cumplimiento de la legislación local respecto de la prohibición del trabajo infantil, un correcto registro y pago a los trabajadores de terceros, el cumplimiento de los horarios laborales y la prohibición de trabajo esclavo.
Evaluación	Semestralmente se los evalúa, generando un reporte donde los trabajadores de Coca-Cola Andina, usuarios de los productos y servicios, definen un puntaje de evaluación de cumplimiento. Para los insumos de producción, todos los proveedores pasan por los análisis del control de calidad. Las auditorías se realizan en caso de que los proveedores presenten resultados menores a lo esperado.

Realizamos alianzas estratégicas y proyectos conjuntos de mejora y de aplicación de nuevas tecnologías, que resultan en mayor capacidad del proveedor y de nuestra operación.

Inversión social en la comunidad

En Coca-Cola Andina buscamos mejorar la calidad de vida de la gente y promover comunidades más felices, desarrolladas y sustentables.

Nuestra política de inversión social se basa en pilares estratégicos: ser un buen vecino, promover el deporte, la educación, la inclusión social y el cuidado ambiental, fundamentalmente en lo referido a agua y residuos.

Durante el 2016 fuimos críticos para orientar los recursos y siguiendo metodologías de medición de inversión social nos preguntamos si nuestras iniciativas son voluntarias y caritativas, para lograr articular con ONG´s y poder dejar en claro el objetivo social-ambiental de los proyectos en el caso de tener que incorporar socios con fines de lucro.

Estamos convencidos de que existen cada vez más actores con quienes podemos establecer sinergias para potenciar los resultados de las iniciativas en la comunidad, y priorizamos aquellas alianzas y programas con una visión a largo plazo, ya que las problemáticas a resolver ameritan un compromiso sostenible en el tiempo.

Todavía debemos mejorar los métodos de medición de las iniciativas pero vamos por buen camino, definiendo por proyecto los aportes y los cambios que queremos lograr en las comunidades a través de metas concretas. Contamos con herramientas de diálogo y comunicación constante para conocer sus necesidades y focalizamos programas e iniciativas en función de sus intereses y preocupaciones.

Mantenemos reuniones periódicas con los municipios donde se encuentran nuestras operaciones a fin de conocer mejor el contexto económico y social en el que estamos inmersos, y colaboramos rápidamente ante situaciones de catástrofe.

A través de la página web de Coca-Cola recibimos consultas y reclamos, que son derivados a las regiones y embotelladoras correspondientes. Medimos la percepción y necesidades de nuestra comunidad local, difundimos actividades y fortalecemos vínculos con instituciones responsables.



ORGANIZACIONES CON LAS QUE NOS VINCULAMOS:

PARAGUAY

Policia Nacional - Comisaria Arroyo Seco, cercana a la Paresa

Fundación Dequeni - Acciones para fomentar la educacion

Fundación Paraguaya

World Wildlife Foundation

Bomberos Voluntarios

Fundación Moisés Bertoni

Teletón

Techo Paraguay

FUPADI

Fundacion Paraguaya - Plan Emprendedores

Ministerio de Educación

Ministerio de Salud

Junior Achivement

BRASIL

Oportunidade Especiais

AFBCC - Associação Fabricantes Brasileiros de Coca-Cola

ACRU - Associação Comercial do Rio de JPA

ABIR - Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerante

Espírito Santo em ação

Instituto Coca-Cola Semana Otimismo

Coletivo Jovem e Coletivo Floresta Instituto Coca-Cola

CIESP - Centro de Indústria do Estado de Sao Paulo

CIRJ - Confederação das Industrias do Rio de Janeiro

CHILE

Centro de Estudios Públicos

Universidad de los Andes

Asociación de Industrias Proveedoras

Conf. Gremial Comer Detallista

SOFOFA

Cámara Nacional de Comercio Chile

Asociación de Industriales Antofagasta

Cámara de Comercio de Santiago

Alimentos y Bebidas de Chile

Asociación Nacional de Avisadores de Chile - ANDA

Junior Achivement

Fundación Libertad y Desarrollo Unión Social de Empresarios Cristianos

ARGENTINA

Membresía Fundece (EXC)

Membresía IARSE

Auspicio de eventos Banco Alimentos Mendoza

Cambio climático - Apoyo programa Educar Forestando. Fundación ACUDE, 10 programas.

Donaciones de Bebida (Banco de Alimentos y pedidos autorizados)

Inclusión educación - FONBEC- Toda andina Argentina

Donación mensual banco de alimentos para logística

Encuesta de percepción social muestra 3 locaciones

Indicadores benchmarking IPACE (PNC-PIC)

Casa Macuca

Junior Achivement Córdoba

Cooperativa Los Carreros

Fundación AVINA

Fundación Ruta 40

Asociación Hospital Infantil

Casa Bethel

Conin

RESUMEN DE INICIATIVAS

PARAGUAY

Uso de cestos especiales de cartón corrugado para separación de residuos y reciclaje de papel y cartón

Campaña interna de recolección de tapas para reciclaje y apoyo a la organización Lucha "Luchando unidos con el cáncer"

Reciclaje de botellas post corridas "Cosa buenas suceden cuando reciclas"

Participación en el VIII Congreso de RSE y Sustentabilidad de ADEC. A través de una alianza con la Fundación Moises Bertoni, promovimos que el evento sea carbono neutral mediante mediciones y posteriores compensaciones.

Apoyo a la iniciativa "Bomberos por un día"

Apoyo a la Organización OMAPA en las finales de las Olimpiadas Matemáticas de Paraguay

Programa Dale Jugueemos en 70 escuelas públicas, alcanzando más de 12.000 niños enseñando sobre nutrición balanceada y actividad física en los recreos

BRASIL

Proyecto de capacitación a personas con discapacidad: inclusión de 263 personas con discapacidad al mercado laboral de Rio de Janeiro

Instituto Coca-Cola (Semana Optimismo): el volumen de venta de una determinada semana, se destinó a 70 cooperativas de recicladores de la region de Rio de Janeiro, Espirito Santo y Ribeirão Preto.

1.178 catadores no ano de 2016"

Coletivo Jovem: Proyecto de capacitacion y acompañamiento al mercado laboral de jovenes entre 15 y 25 años. Se trabaja en conjunto con 14 ONGs localizadas en comunidades cercanas a Rio de Janeiro y Ribeirão Preto.

5.348 impactados en 2016"

Coletivo Floresta: Capacitación para el desarrollo y apoyo a la cadena de valor del fruto açai en las comunidades de la riberas."

CHILE

Canchas para Chile Renca, en conjunto con Fundación Mi Parque.

Voluntariado Reforestemos Patagonia: Coyhaique. Plantación de 400 lengas nativas en Reserva Nacional Dos lagunas.

Inicio Alianza Red de alimentos. Aportanto a más de 180 organizaciones sociales y 89.974 personas impactadas.

10 programas Voluntariado Junior Achivement 330 niños de colegios en Renca

Taller de Reciclaje Navideño zona centro con colaboradores Andina en conjunto con Kyklos (empresa B)

Limpieza de playas Punta Arenas

Regalando una sonrisa. Campaña interna de regalos navideños para fundaciones

Caravana Navideña en San Antonio.

Campaña reciclaje " Cada Botella Suma" con bus de reciclaje

TED X RENCA

Apertura del Cine Coca-Cola Andina para la comunidad de Renca

ARGENTINA

26 Programas educativos con Junior Achivement Córdoba

Instalaciones de filtros de agua en Rio Negro para acceso al agua potable de 7 escuelas

Inclusión de becas escolares a 75 niños bajo programa FONBEC

Desarrollo programa Educar Forestando en 10 escuelas de la ciudad de Córdoba.

Implementación PAC, Programa Acompañamiento a Cooperativas, con cooperativa Los Carreros de la ciudad de Córdoba.

Donación a la Fundación Banco de Alimentos Córdoba. Litros donados: 282909

Donaciones de tapas y papel a Hospital Infantil de Córdoba.

Instalación de Ecopuntos en hipermercados de zona Norte de la ciudad de Córdoba

Educación e inclusión social

A través de la alianza con diferentes organizaciones que se preocupan por ambas temáticas, promovemos oportunidades educativas inclusivas e integradoras.

Convincentes de que la educación es un pilar clave para la sociedad y las comunidades donde operamos, participamos activamente de iniciativas educativas promoviendo valores de emprendedorismo y sustentabilidad, y nos acercamos a distintas organizaciones para colaborar en el propósito de brindar posibilidades de capacitación a quienes no la tienen.

PROGRAMAS CON JUNIOR ACHIEVEMENT

Gracias al compromiso de trabajadores voluntarios en diferentes programas, asistimos a colegios con módulos de capacitaciones sobre distintas temáticas, con el propósito de ampliar la mirada de los estudiantes de nivel primario, secundario y superior hacia la sustentabilidad y el cuidado del medio ambiente.

El objetivo es impulsarlos a que se comprometan con sus comunidades y el contexto que los rodea; fomentando en ellos el espíritu emprendedor frente a la vida y reforzando valores como trabajo en equipo, solidaridad, responsabilidad y compañerismo.

Asimismo, participamos del programa educativo “Socios por un día” que brinda a los estudiantes del último año de la secundaria vivir una jornada en la profesión que qui-

sieran para su futuro junto a colaboradores de la Compañía. Gracias a esta iniciativa, el alumno tiene la posibilidad de participar de todas las actividades que desarrolla su “socio” durante un día habitual de trabajo, tales como entrevistas, almuerzos laborales y reuniones, además de conocer cómo es trabajar en Coca-Cola Andina.

Por último, en 2016 nos sumamos por segundo año consecutivo al Foro Internacional de Emprendedores (FIE), un evento educativo de alto impacto que organiza la Fundación Junior Achievement Córdoba. Se trata de un programa dirigido a jóvenes de entre 16 y 23 años basado en la formación de valores, actitudes y la creación de herramientas, que les permiten descubrir su potencial emprendedor y sus capacidades de acción para que sean protagonistas en la transformación de sus propios espacios.



BECAS PARA ESTUDIANTES

En Chile, la Compañía beneficia a hijos de colaboradores que cumplan con los requisitos cubriendo el 70% de la matrícula y arancel anual de la carrera elegida.

En Argentina trabajamos junto al Fondo de Becas para Estudiantes (Fonbec), la fundación de Córdoba que premia el esfuerzo de niños y jóvenes de bajos recursos a través de un sistema de voluntariado corporativo, que prevé un aporte compartido entre la Compañía y el trabajador que desea ayudar.

El vínculo trasciende el aspecto meramente económico y transforma al colaborador en testigo del desarrollo del alumno, que lo considera su guía, apoyo, estímulo y contención. Además, durante el año se propician instancias de encuentro entre ambos generando una relación permanente y duradera que enriquece a chicos y grandes. En 2016, el programa alcanzó a 70 estudiantes.

Durante el año 2016 se financió a 44 becados de los cursos de 2°, 3° y 4° medio, de las regiones de Punta Arenas, Coquimbo, Antofagasta y Región Metropolitana. El financiamiento anual por alumno es de \$ 550.000 (pesos chilenos).



COLETIVO JOVEM
COCA-COLA

Año a año el programa Coletivo Jovem, que desde 2010 se pone en marcha en Brasil, logra resultados positivos y de alto impacto para las comunidades e invita a otras organizaciones a sumarse como aliadas.

Se trata de uno de los más ambiciosos proyectos de valor compartido propuesto por la iniciativa privada que promueve la capacitación para la generación de renta a jóvenes de entre 15 y 25 años, a fin de que descubran sus talentos y encuentren salidas laborales.

La solidez y difusión del programa genera que comercios cercanos a los centros educativos se involucren ofreciendo sus negocios para las prácticas laborales de los chicos e incorporando personal a su organización.

Gracias al apoyo de 14 ONG's de la zona, hasta el momento más de 20.000 jóvenes participaron de los cursos de capacitación y en 2016 se formaron otros 5.348 de comunidades de bajos recursos de Río de Janeiro y Ribeirão Preto.

CHILE, RENCA
BUEN VECINO

Comenzó en el 2014 y su éxito en todo el país no ha parado. Se trata de la iniciativa Canchas para Chile, que ha logrado rescatar, implementar y poner en marcha espacios deportivos en zonas particularmente vulnerables. Como Coca-Cola Andina hemos participado activamente de la construcción de estos espacios comunitarios en todas nuestras zonas de operación.

En mayo 2016, el turno fue de Renca. El lugar está emplazado en la Municipalidad de Renca, y para embellecerlo y darle vida participaron la Fundación Mi Parque, alumnos del colegio Cumbre de Cóndores de la misma comuna, clientes del canal tradicional y por supuesto, nuestro equipo de voluntarios Coca-Cola Andina, con toda su energía y optimismo.

CHILE,
COYHAIQUE

Somos una compañía motivada en lograr resultados sorprendentes, no sólo en nuestros procesos y operación, sino además en el aporte que podemos hacer para generar un país y un planeta más sustentable, en armonía con nuestro medio ambiente. Es por eso que el pasado 2 de junio en Coyhaique, junto a 15 colaboradores, se desarrolló la plantación de 400 lengas nativas de la zona, para colaborar en la recuperación de un ecosistema que sufrió una degradación rápida en los últimos años.

CHILE Y ARGENTINA

BANCOS DE ALIMENTOS

Tenemos un compromiso real con nuestra comunidad cercana, y es por eso que hemos hecho alianzas con la ONG Red de Alimentos y el Banco de Alimentos Córdoba, dedicada a reducir el hambre en cada uno de las regiones donde operan. A través de nuestra estrategia de Sustentabilidad, generamos un impacto positivo en los sectores más vulnerables en cuanto a la nutrición, aportando con nuestros productos.

Porque buscamos generar vínculos con nuestra comunidad, ser una marca cercana y querida, queremos seguir disponibilizando momentos de felicidad con nuestros productos entre los que más lo necesitan.

**Durante el 2016, Chile
aportó 290.099 kg de
alimento, beneficiando a 136
instituciones.**

**Argentina entregó 222.409 lt
llegando a 138.781 personas en
su mayoría niños y jóvenes.**



DÍA DEL NIÑO

Para los festejos del Día del Niño, Coca-Cola Andina Argentina colaboró con 46 organizaciones gracias al apoyo organizacional del Banco de Alimentos Córdoba.

VISITAS NAVIDEÑAS

Como todos los años, Coca-Cola Andina quiere estar junto con quienes más necesitan, en un momento tan mágico como es la Navidad. Es por eso que todos los colaboradores de Coca-Cola Andina Argentina tienen la oportunidad de escribir un deseo para llevar junto a un regalo a distintos hospitales e institutos de la zona. En el 2016 se visitaron a pacientes hospedados en el Hogar de Betel, Grupo de Mujeres de Valor, Hospital Infantil Municipal, Inst. Rehabilitación Mogólico, Hospital Pediátrico del Niño Jesús, La casa de Ronald McDonald y Hospital de Niños. Durante la visita se entregan los obsequios y mensajes con la colaboración de un equipo de payamédicos, siguiendo las indicaciones del personal de cada institución.



CHILE

Apoyo a la comunidad de RENCA

En Coca-Cola Andina buscamos crear vínculos genuinos con nuestras comunidades más cercanas para así generar cambios positivos en su gente, a través de iniciativas que impactan social, ambiental y económicamente.

Ubicada en el sector norponiente de la ciudad de Santiago, la comuna de Renca es una de las más vulnerables de Chile y una de las que registra las mayores tasas de pobreza de la región, con grandes carencias en materia de alimentos, seguridad, limpieza de calles, ofertas laborales, entre otras.

Allí, Coca-Cola Andina es reconocida como una de las principales compañías que hace un aporte a la generación de fuentes de trabajo, a través de una planta que concentra el 65% del volumen de producción de todo Andina Chile.

Conscientes de nuestro compromiso de proporcionar productos de calidad pero también apoyar el desarrollo de las sociedades donde tenemos presencia, en 2016 pusimos en marcha un plan para convertirnos en un buen vecino dentro de la comunidad.

Para ello, durante seis meses se trabajó en un diagnóstico cubriendo parte de los 700 almacenes que integran la comuna, alcanzando a 67 colegios municipales y subvencionados, fundaciones, autoridades, vecinos y colaboradores.

La tarea de campo permitió acercarnos a las distintas necesidades, realidades, dolores y problemáticas de las personas en materia social, ambiental y económica. El diagnóstico fue validado por la empresa de mercado y opinión pública GKF Adimark y sirvió para definir stakeholders (público de interés), hacia los cuales dirigir las iniciativas.

De este modo, en 2016 implementamos junto con “Fundación Mi Parque”, socios almaceneros y voluntarios de la Compañía una cancha para Renca impactando en cerca de 1.700 habitantes.

Asimismo, en el marco de los programas “Aprender a emprender en el medio ambiente” (AEMA) y “Emprendedores climáticos” que impulsa Junior Achievement, trabajadores dictaron capacitaciones sobre temas ambientales a fin de convertir a los alumnos en emprendedores como agentes de cambio e inspirar en ellos la responsabilidad y cooperación necesaria para mitigar los



efectos del cambio climático, promoviendo prácticas de desarrollo sustentable. Gracias a estas propuestas llegamos a 330 niños de dos colegios de Renca.

En noviembre, abrimos las puertas de nuestra casa invitando y premiando a 240 chicos de tres escuelas locales con la experiencia del Cine Coca-Cola Andina, mientras seguimos recibiendo a diario la visita de estudiantes que, escoltados por el ‘bus de la roja’, se acercan a conocer la historia y vivir la magia de Coca-Cola a través de la “Fábrica de la Felicidad”. Durante 2016 se sumaron 800 niños de la comunidad.

Por último, en octubre realizamos el primer TEDx en Renca, un evento global que reúne a emprendedores y pensadores que comparten con el público sus ideas y experiencias transformadoras. A lo largo de seis charlas en torno a temáticas de reciclaje, superación, positivismo, orgullo de pertenecer y felicidad, la iniciativa congregó a fundaciones, escuelas, pequeños almaceneros y colaboradores que recibieron mensajes cargados de pasión, emoción y esperanza; una llamada a la acción para que sean ellos mismos protagonistas y generadores del cambio que necesitan.

330
Niños capacitados para ser "Emprendedores climáticos".

240
Niños asistieron al Cine Coca-Cola Andina.

800
Niños de Renca visitaron la Fabbrica de la Felicidad.



Desafíos para los próximos años

La práctica de reportar año a año nos hace mejorar en el proceso, queremos esforzarnos para que nuestros públicos de interés perciban el espíritu que esta compañía tiene para crecer de manera sustentable.

Nos mantenemos en la búsqueda constante de incorporar información que responda a las necesidades de nuestros públicos como así también a las mejores prácticas mundiales como por ejemplo los requerimientos de GRI (Global Reporting Initiative) y la Guía Sostenibilidad de Emisores Bolsa de Santiago. Nuestros pilares de trabajo son producto de la continua comunicación e interacción con nuestros grupos de interés, colaboradores y comunidad, por lo que seguiremos construyendo sobre los mismos y definiendo desafiantes objetivos en cada uno de nuestros ejes de trabajo:

MERCADO

- › Ser proactivos a las nuevas legislaciones como la Ley de Etiquetado y esforzarnos por comunicar a toda nuestra cadena de valor información clara y transparente para facilitar el proceso de toma de decisión de nuestros consumidores.
- › Incorporar indicadores de gestión relacionados al contenido calórico que nos ayuden a monitorear y gestionar cómo estamos dando respuesta a las diversas necesidades de nuestros consumidores.
- › Continuar refrescando a las personas ampliando el portafolio de productos, incorporando nuevas categorías, fortaleciendo los segmentos bajos en calorías y con agregados nutricionales. Trabajamos en disponibilidad de nuestros portafolio en cada uno de los clientes con el objetivo de brindar las opciones de consumo para cada ocasión y ser parte del estilo de vida de nuestros consumidores. En este sentido, la expansión de nuestros empaques retornables sigue siendo nuestro principal desafío.
- › Hidratar a los participantes de eventos deportivos, gestionando integralmente los mismos, desde el aprovisionamiento hasta la gestión de envases del post-consumo. Mantener iniciativas que apoyen la vida activa y hábitos saludables, tales como Copa Coca-Cola, Maratones y Corridas de Bicicletas.
- › Garantizar siempre el abastecimiento de productos y servicios de alta calidad en el mercado, realizando constantes inversiones en tecnología, equipos y formación técnica específica de colaboradores.

MEDIO AMBIENTE

Energía y clima

- › Crecer en el negocio, ya sea por procesos de integración o lanzamiento de nuevas categorías, manteniendo el consumo estable y eficiente de energía.
- › Realizar proyectos de eficiencia energética para la producción, equipos de refrigeración y sistemas de transporte, buscando sinergias con nuestra cadena de valor.
- › Para el 2017 se prevé realizar auditorías energéticas e inventarios de emisiones de gases que nos permitirán realizar planes a medida con el fin de designar recursos de manera efectiva en la búsqueda de reducir nuestra huella de carbono.
- › Ser proactivos e innovadores en la incorporación de un 8% de energías limpias para responder a las necesidades energéticas de las operaciones de Argentina.

Envases sustentables

Reducir

- › Continuar desarrollando diseños óptimos de envases PET en todos nuestros empaques, reduciendo el peso de nuestras botellas. Para el 2017 se planifica implementar nuevas preformas más livianas en 5 productos.
- › Ofrecer empaques de calidad hechos pensando en el medioambiente y la facilidad para ser reciclados.
- › Trabajar fuertemente, en conjunto con nuestros proveedores, en desarrollos eco amigables y uso más eficiente de los materiales en nuestros empaques secundarios.

Reusar

- › Incrementar el uso de resina reciclada (Bottle to Bottle, B2B) en nuestras botellas PET.
- › Motivar el uso de nuestros productos retornables para que cada botella vuelva a ser utilizada de forma controlada, profundizando su expansión en nuevos territorios de nuestras operaciones.
- › Desarrollar convenios con nuestros recicladores de scrap industrial para mejorar la competitividad de la resina reciclada.

Agua

Reducir

- › Mejorar los procesos y tecnología en forma continua para utilizar menos cantidad de agua en la elaboración de nuestros productos, con el desafío de mantener la incorporación de nuevas categorías al portafolio.
- › Durante el 2017 se va a trabajar fuertemente en el diseño y tecnologías de nuestras plantas de agua para lograr la mejor eficiencia de los procesos.

Reciclar

- › Incrementar la tecnología en nuestras plantas de tratamiento para procesar integralmente los efluentes, devolviendo el agua utilizada en nuestras operaciones con una calidad que permita la vida animal.
- › Buscar proyectos que nos permitan reutilizar el agua tratada como insumo, buscando la sinergia de nuestros esfuerzos con otras iniciativas.

Reponer

- › Apoyar e impulsar proyectos que impacten en la conservación de fuentes de agua y accesos de agua potable a las comunidades alcanzadas por nuestras operaciones.
- › Mantener y monitorear los proyectos que han sido implementados, con el fin de garantizar que continúen captando el agua esperada.

COMUNIDAD
<ul style="list-style-type: none"> › Buscamos generar mayores oportunidades educativas y de acceso al trabajo para los sectores más vulnerables, procurando el desarrollo sustentable de las comunidades con las que nos vinculamos.
<ul style="list-style-type: none"> › Seguiremos apoyando a proyectos de terceros que promuevan la sustentabilidad, buscando hacer sinergias con ellos.
<ul style="list-style-type: none"> › Aprender de las mejores prácticas que tenemos en las distintas operaciones, puntualmente seguiremos trabajando para ser mejores en la gestión de terceros y proveedores en general. Un desafío para el 2017 será desarrollar e incorporar proveedores sustentables.
<ul style="list-style-type: none"> › Ampliar los programas de capacitación a clientes y la profundización de los modelos de Ruta al Mercado (RTM), para el desarrollo de los pequeños comercios.
<ul style="list-style-type: none"> › Crear espacios de diálogo con los diferentes grupos de interés involucrados en nuestra cadena productiva y comercial para lograr interiorizar sus inquietudes y desarrollar planes de actividades.
<ul style="list-style-type: none"> › Generar vínculos estrechos y de colaboración con organizaciones reconocidas por el “saber hacer” en las comunidades donde estamos presentes.
Percepción social
<ul style="list-style-type: none"> › Realizar una medición sobre qué opina la sociedad de nosotros en términos de generación de valor social, ambiental y económico.
<ul style="list-style-type: none"> › Desarrollar lazos estrechos con nuestros consumidores, concientizándolos al consumo responsable.

AMBIENTE DE TRABAJO
<ul style="list-style-type: none"> › Continuar garantizando que en todas las áreas y actividades de nuestra Compañía se respeten las regulaciones legales y los criterios que establece nuestra Política de Derechos Humanos en el lugar de trabajo.
<ul style="list-style-type: none"> › Mantener un ambiente seguro y saludable para trabajadores y visitantes. Los conceptos de seguridad se incorporarán al modo de actuar de las personas, generando pautas de conductas seguras y diseñando procesos e instalaciones cada vez menos riesgosos.
<ul style="list-style-type: none"> › A través de alianzas con reconocidos establecimientos educativos, locales e internacionales, ampliaremos los programas de desarrollo técnico, profesional y gerencial de nuestros colaboradores. Además, potenciaremos el desarrollo de Instructores Internos para la difusión del conocimiento y su experiencia en donde sea necesario, con el fin de fortalecer nuestros recursos humanos.
<ul style="list-style-type: none"> › Continuaremos profundizando en la difusión y refuerzo de los valores de nuestra cultura.
<ul style="list-style-type: none"> › Apoyaremos programas de voluntariado en iniciativas solidarias que contribuyen al desarrollo sustentable y en las que nuestros colaboradores sean los nexos para el acercamiento a las necesidades.
<ul style="list-style-type: none"> › Ampliar proyectos para construir una cultura más inclusiva y equitativa, incorporando personas discapacitadas en aquellas operaciones que aún no avanzaron en este sentido.

Características del Reporte

El Reporte sigue los lineamientos desarrollados por la Iniciativa de Reporte Global (Global Reporting Initiative – GRI), en su última versión la Guía para Elaborar Reportes de Sostenibilidad G4 para la Industria de la Alimentación, en su modalidad de “conformidad” exhaustiva. El período cubierto por el Reporte comprende entre el 1 de enero al 31 de diciembre de 2016. Es el Octavo Reporte presentado por Coca-Cola Andina y contempla las operaciones de Coca-Cola Andina en Argentina, Brasil, Chile y Paraguay: Andina Chile; Andina Argentina; Andina Paraguay; Vital Jugos S.A. ; Vital Aguas S.A. Chile y Andina Brasil.

Nuevamente, el Reporte se presenta en forma conjunta y articulada con la Memoria 2016 de la Compañía.

Dado que Coca-Cola Andina adhirió en el 2015 a Pacto Global de Naciones Unidas (UNGC), estamos informando sobre los indicadores que dan cuenta de lo que estamos realizando para cumplir los 10 principios que nos hemos comprometido a respetar y promover.

El proceso para su elaboración estuvo liderado por la Gerencia de Control de Gestión y Sustentabilidad Corporativa, quienes coordinaron la recolección de la información que fue proporcionada por representantes de todas las áreas de la empresa. Su revisión y aprobación fue realizada por el Comité Corporativo de Sustentabilidad, tal como lo establece la política respectiva.

Para la definición de los contenidos y asuntos materiales a informar, se siguieron los lineamientos de la Guía G4 (test de materialidad), habiéndose efectuado la correspondiente consulta a los principales grupos de interés (accionistas, colaboradores, proveedores y clientes) de los cuatro países en los que operamos. Los indicadores incluidos para cada aspecto material que se ha identificado -tanto los de la Guía G4 como los Indicadores Clave de Desempeño de Sustentabilidad del sistema Coca-Cola- tienen el suficiente alcance para informar -en forma clara, exhaustiva y precisa- sobre nuestra gestión, sus aciertos y sus desafíos a futuro.

La cobertura de los temas materiales se detalla en la tabla incluida en el Capítulo Gobierno y Gestión de la Sustentabilidad.

Las técnicas y bases para la medición de los datos, así como los cambios significativos relativos a períodos anteriores, se encuentran informados a lo largo del Reporte en los casos que así corresponde.

La moneda utilizada, a menos que se especifique de otra manera, cuando se refiere a “USD” indica dólares de Estados Unidos; cuando indica pesos chilenos se utiliza “\$” y pesos argentinos "AR\$"; cuando indica reales se utiliza “R\$”.

Índice de Contenido GRI-G4

El informe de sustentabilidad fue preparado siguiendo los requisitos de la opción “de conformidad” exhaustiva con la Guía G4 del Global Reporting Initiative GRI.

La respuesta a cada indicador guarda relación con las cláusulas de la Norma Internacional de Responsabilidad Social ISO 26.000: 2010.



Los indicadores que guardan relación con los Principios del Pacto Global de Naciones Unidas se encuentran identificados con rojo.

GRI Guía G4 - Contenidos Básicos Generales

Aspectos Materiales		N° de Página/Respuesta	Omisiones	ISO 26000
Estrategia y Análisis				4.7; 7.2
G4-1	Incluye una declaración del responsable principal de las decisiones de la organización (la persona que ocupa el cargo de director ejecutivo, presidente o similar) sobre la importancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de ésta con miras a abordarla.	Páginas 10 a 15 de la Memoria 2015: Link: http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2016%20Memoria%20VF%20ES.pdf		6,2
G4-2	Describe los principales efectos, riesgos y oportunidades.	Pág. 15; 150-151 Ver además: Documento "Prácticas de Gobierno Corporativo (Norma de Carácter General 385)" http://www.koandina.com/uploads/NCG%20385.pdf 20F Pág. 3 - 4 y 8. http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2015%2020F%20ES.pdf		7.4.2
Perfil de la Organización				4.2; 4.3; 6.3.10
G4-3	Nombre de la organización.	Pág. 10		
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes	Pág. 44		
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede de la organización.	RUT: 91.144.000-8 Domicilio: Av. Miraflores 9153 / Renca / Santiago / Chile		
G4-6	Indique en cuántos países opera la organización y nombre aquellos países donde la organización lleva a cabo operaciones significativas o que tienen una relevancia específica para los asuntos de sostenibilidad objeto de la memoria.	Pág. 11		
G4-7	Describe la naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	Embotelladora Andina es una sociedad anónima abierta que fue constituida por escritura pública de fecha 7 de febrero de 1946, en Santiago, Chile. Para mayor información ver: Memoria Anual 2016. Pág. 20-13; 27; 32 y 33 http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2016%20Memoria%20VF%20ES.pdf		
G4-8	Indique de qué mercados se sirve (con desglose geográfico, por sectores y tipo de clientes y destinatarios).	Pág. 11-13.		
G4-9	Determine la escala de la organización, indicando: número de empleados; número de operaciones; ventas netas (para las organizaciones del sector privado) o ingresos netos (para las organizaciones del sector público); capitalización, desglosada en términos de deuda y patrimonio (para las organizaciones del sector privado); y cantidad de productos o servicios que se ofrecen.	Páginas: 10-13. Ver también Memoria Anual 2016, Pág. 20 http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2016%20Memoria%20VF%20ES.pdf		

Aspectos Materiales		N° de Página/Respuesta	Omisiones	ISO 26000
G4-10	a. Número de empleados por contrato laboral y sexo. b. Número de empleados fijos por tipo de contrato y sexo. c. Tamaño de la plantilla por empleados, trabajadores externos y sexo. d. Tamaño de la plantilla por región y sexo. e. Indique si una parte sustancial del trabajo de la organización lo desempeñan trabajadores por cuenta propia reconocidos jurídicamente, o bien personas que no son empleados ni trabajadores externos, tales como los empleados y los trabajadores subcontratados de los contratistas. f. Comunique todo cambio significativo en el número de trabajadores (por ejemplo, las contrataciones estacionales en la temporada turística o en el sector agrícola).	Pág. 106 y 107.		
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	Pág. 112.		
G4-12	Describa la cadena de suministro de la organización.	Pág. 14; 128-133.		
G4-13	Comuniqué todo cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad o la cadena de suministro de la organización.	Pág. 10. Cerramos nuestra planta de Vitoria en Brasil, reorganizando industrialmente nuestra operación en dicho país.		
G4-14	Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución.	Pág. 48. Contamos con 20 operaciones de trabajo certificadas con normas y estándares internacionales, los cuales se auditan todos los años. Certificaciones: ISO9001; ISO14001; OHSAS 18001; FSSC 22000; Estándar KORE; HACCP; Top Ten Fatality; Principios Rectores del Proveedor. Ver también: Política Sustentabilidad Corporativa Política Corporativa Administración de Riesgos http://www.koandina.com/página.php?p=gobierno-politicas		
G4-15	Elabore un listado de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.	Participamos de diversas iniciativas externas de carácter económico, social y ambiental, todas voluntarias y con el fin de mejorar nuestros procesos y compartir nuestras experiencias. Pág. 27; 28 y 38. Coca-Cola Andina adhiere a los principios e iniciativas de las que participa Coca-Cola Company y el Sistema Coca-Cola. Entre ellos los principios de Pacto Global y la Declaración de DDHH de las Naciones Unidas. Embotelladora Andina S.A. firmó su adhesión al Pacto Global de Naciones Unidas en Chile durante el transcurso del 2015, el cual mantuvo durante el 2016.		
G4-16	Elabore una lista con las asociaciones (por ejemplo, las asociaciones industriales) y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece y las cuales ostenta un cargo en el órgano de gobierno, participa en proyectos o comités; realiza una aportación de fondos notable, además de las cuotas de membresía obligatorias; considera que ser miembros es una decisión estratégica.	Páginas 38 y 140.		
Aspectos Materiales y Cobertura				5,2
G4-17	Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes. Señale si alguna de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes no figuran en la memoria.	El Reporte de Sustentabilidad y la Memoria Anual 2016 comprenden a las mismas entidades y se presentan en forma simultánea. Se consolidan las principales plantas de embotellado de los países Argentina, Brasil, Chile y Paraguay. Pág. 24 y 25 de Memoria Anual 2016. http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2016%20Memoria%20VF%20ES.pdf		
G4-18	Describa el proceso que se ha seguido para determinar el Contenido de la Memoria y la Cobertura de cada Aspecto. Explique cómo ha aplicado la organización los Principios para la Elaboración de Memorias para determinar el contenido de la memoria.	Pág. 153.		
G4-19	Elabore una lista de los Aspectos Materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la Memoria.	Pág. 27-30.		

Aspectos Materiales		N° de Página/Respuesta	Omisiones	ISO 26000
G4-20	Indique la Cobertura de cada Aspecto Material dentro de la organización. Hágalo de la siguiente manera: indique si el Aspecto es material dentro de la organización: si el aspecto no es material para todas las entidades de la organización (tal como se describe en el apartado G4-17), elija uno de los siguientes enfoques y facilite: una lista de las entidades o grupos de entidades incluidas en el apartado G4-17 que no considera material el Aspecto en cuestión, o una lista de las entidades o grupos de entidades incluidos en el G4-17 que sí consideran material el Aspecto en cuestión. Señale cualquier limitación concreta que afecte la Cobertura de cada Aspecto dentro de la organización.	Pág. 30.		
G4-21	Indique la Cobertura fuera de la organización de cada Aspecto material. Hágalo de la siguiente manera: Indique si el Aspecto es material fuera de la organización. Si el Aspecto es material fuera de la organización señale qué entidades, grupos de entidades o elementos lo consideran así. Describa también los lugares donde el Aspecto en cuestión es material para las entidades. Indique cualquier limitación concreta que afecte a la Cobertura de cada Aspecto fuera de la organización.	Pág.30.		
G4-22	Describa las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas.	No existieron reformulaciones, la información se mantiene consistente con los reportes de años anteriores. La metodología de elaboración fue de acuerdo a los requerimientos obligatorios de la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS) y la Iniciativa Global de Reportes (GRI - G4). Además se incluye una comunicación de progreso para Pacto Global de las Naciones Unidas.		
G4-23	Señale todo cambio significativo en el Alcance y la Cobertura de cada Aspecto con respecto a memorias anteriores.	No existieron reformulaciones, la información se mantiene consistente con los reportes de años anteriores. La metodología de elaboración fue de acuerdo a los requerimientos obligatorios de la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS) y la Iniciativa Global de Reportes (GRI - G4). Además se incluye una comunicación de progreso para Pacto Global de las Naciones Unidas.		
Participación de los grupos de interés				4,5; 5,3
G4-24	Elabore una lista de los grupos de interés vinculados a la organización.	Pág. 26.		
G4-25	Indique en qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja	Pág. 26.		
G4-26	Describa el enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés, incluida la frecuencia con que se colabora con los distintos tipos y grupos de partes interesadas, o señale si la participación de un grupo se realizó específicamente en el proceso de la memoria.	Páginas 26; 27; 31; 36; 52; 153.		
G4-27	Señale qué cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la Participación de los grupos de interés y describa la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su memoria. Especifique qué grupos de interés plantearon cada uno de los temas y problemas clave.	Los referentes de sustentabilidad de cada país tienen reuniones con el área de Public Affairs and Sustainability de Coca-Cola Company periódicamente. Allí se detectan las cuestiones claves, para el 2016 algunos de los temas fueron: Chile: Ley Etiquetado. Argentina: Postconsumo, gestión de residuos. Brasil: Activación de Olimpiadas. Pág: 27-30; 54; 62 y 102.		
Perfil de la Memoria				4,2; 4,3
G4-28	Periodo objeto de la memoria (por ejemplo, año fiscal o año calendario).	1° de enero de 2016 al 31 de diciembre de 2016 (Pág. 155)		
G4-29	Fecha de la última memoria (si procede).	Marzo de 2016		
G4-30	Ciclo de presentación de memorias (anual, bianual, etc.).	Anual		
G4-31	Facilite un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir sobre el contenido de la memoria.	Pág. 178.		
G4-32	Indique qué opción "de conformidad" con la Guía ha elegido la organización. Facilite el Índice GRI de la opción elegida. Facilite la referencia al Informe de Verificación Externa, si lo hubiere. GRI recomienda la verificación externa, aunque no es obligatoria para que la memoria sea de "conformidad" con la Guía.	Pág. 153.		

Aspectos Materiales		N° de Página/Respuesta	Omisiones	ISO 26000
G4-33	Describa la política y las prácticas vigentes de la organización respecto a la verificación externa de la memoria. No se mencionan en el informe de verificación adjunto a la memoria de sostenibilidad, indique el alcance y el fundamento de la verificación externa. Describa la relación entre la organización y los proveedores de la verificación. Señale si el órgano superior de gobierno o la alta dirección han sido partícipes de la solicitud de verificación externa para la memoria de sostenibilidad de la organización.	El presente documento fue elaborado utilizando la guía de Global Reporting Initiative (GRI-G4). Junto con esto, el documento fue verificado por una empresa externa, con el objeto de asegurar la adecuación de la información contenida a las exigencias de la metodología empleada.		
GOBIERNO				6,2
G4-34	Describa la estructura de gobierno de la organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno. Indique qué comités son responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales.	Pág. 36-37. Ver además: Respuesta al indicador G4-42 Documento de la JOA Junta General Ordinaria de Accionistas 2016. Pág. 1-2-3 . Anexo 1 Estructura Organizativa 20F página 82 y 83 - Directores, Administración Superior y Empleados http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2015%2020F%20ES.pdf Política Corporativa de Sustentabilidad y Política Corporativa de Gestión y Control de Riesgos. http://www.koandina.com/pagina.php?p=gobierno-politicas		
G4-35	Describa el proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno delega su autoridad en la alta dirección y en determinados empleados para cuestiones de índole económica, ambiental y social.	Pág. 36. Además, la compañía cuenta con directrices específicas para la delegación de autoridad formalizadas en un "Documento de Política Corporativa de Delegación de Autoridad" y el Directorio se reúne una vez al mes para conocer los resultados de la empresa y todos los asuntos que son de su competencia. Para mayor información ver: 20F Pág. 82 y 83 - Directores, Administración Superior y Empleados http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2015%2020F%20ES.pdf		
G4-36	Indique si existen en la organización cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales, y si sus titulares rinden cuentas directamente ante el órgano superior de gobierno.	Páginas 36 y 37. La Compañía cuenta con responsables de sustentabilidad, medio ambiente, seguridad y relaciones con públicos de interés; los cuales deben gestionar los temas sociales y ambientales. El ejecutivo con responsabilidad sobre las cuestiones económicas, ambientales, sociales y de gestión de riesgos reporta trimestralmente al Directorio y al Comité de Auditoría sobre la gestión, planes y resultados de los aspectos bajo su responsabilidad. Memoria Anual 2016. Pág. 24-33. http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2016%20Memoria%20VF%20ES.pdf Política Corporativa de Sustentabilidad y Política Corporativa de Gestión de Riesgos http://www.koandina.com/pagina.php?p=gobierno-politicas		

Aspectos Materiales		N° de Página/Respuesta	Omisiones	ISO 26000
G4-37	Describa los procesos de consulta entre los grupos de interés y el órgano superior de gobierno con respecto a cuestiones económicas, ambientales y sociales. Si se delega dicha consulta, señale a quién y describa los procesos de intercambio de información con el órgano superior de gobierno.	Pág. 26 y 30. Además, con motivo de la promulgación de la Norma de Carácter General N°385, el Directorio hizo un relevamiento de todos los temas relativos al cumplimiento de ésta, la cual incluye sugerencias específicas de prácticas referidas a asuntos económicos, de sustentabilidad, de gestión de riesgos y sociales. Para hacer este relevamiento, se contó con asesoría externa especializada. Es de destacar que la norma anteriormente citada, busca proveer al mercado con información respecto de las prácticas de gobierno corporativo con que cuentan las sociedades anónimas abiertas; abordando al efecto distintos aspectos relacionados con el funcionamiento del Directorio; la relación entre la Sociedad, los accionistas y el público en general; la gestión y control de riesgos aplicados en la Sociedad; y la evaluación por parte de un tercero de la adopción de estas prácticas. Ver también: Memoria Anual 2016. Pág. 24 y 28. http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2016%20Memoria%20VF%20ES.pdf		
G4-38	Describa la composición del órgano superior de gobierno y sus comités: ejecutivos y no ejecutivos. Independencia, antigüedad en el ejercicio en el órgano de gobierno, número de otros puestos y actividades significativos y naturaleza de tales actividades; sexo, miembros de grupos sociales con representación insuficiente, competencias relacionadas con los efectos económicos, ambientales y sociales, representación de grupos de interés.	Ver respuesta en este Índice al indicador G4-40 Acerca de la independencia, ver: Doc. de Comparación de Estándares - Gobierno Corporativo Chile - EEUU. http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/comparacion_estandares_gob_corporativo%20Chile-EEUU.pdf 20F Pág.83 a 86: Composición del Directorio y Principales Ejecutivos (Sexo y Edad) y Competencia y Experiencia. http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2015%2020F%20ES.pdf Memoria Anual 2016. Pág. 31; 34; 36-38.		
G4-39	Indique si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo. De ser así, describa sus funciones ejecutivas y las razones de esta disposición.	Ni el Presidente ni los Directores se desempeñan en puestos ejecutivos. Ver además: 20F Pág. 83 a 86 http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2015%2020F%20ES.pdf		

Aspectos Materiales		Nº de Página/Respuesta	Omisiones	ISO 26000
G4-40	Describa los procesos de nombramiento y selección del órgano superior de gobierno y sus comités, así como los criterios en los que se basa el nombramiento y la selección de los miembros del primero, entre otros, si se tiene en cuenta la diversidad, y de qué modo, si se tiene en cuenta la independencia, y de qué modo; si se tienen en cuenta y de qué modo, los conocimientos especializados y la experiencia en los ámbitos económico, ambiental y social; si están involucrados los grupos de interés (entre ellos los accionistas) y de qué modo.	La elección del Directorio se realiza de conformidad a la Ley sobre Sociedades Anónimas de Chile (18.046). El Directorio es el órgano a través del cual se ejerce la administración de la empresa y se elige por la Junta Ordinaria de Accionistas en cada período estatutario, en nuestro caso cada 3 años. Votan los titulares de las acciones Serie A que eligen 12 directores y los de la Serie B que eligen 2 directores. Los directores pueden o no ser accionistas de la Sociedad, duran en su mandato 3 años y pueden ser reelegidos indefinidamente. En la actualidad, el Directorio está compuesto por 11 directores chilenos (uno de ellos es mujer) y 3 extranjeros (2 argentinos y 1 ecuatoriano), que cuentan con conocimientos especializados y experiencia para desempeñar sus funciones. Aunque no es requisito legal, los conocimientos y experiencia son muy tenidos en cuenta a la hora de seleccionarlos, y su curriculum vitae acompaña cada postulación. La ley chilena exige que en ciertos casos las sociedades anónimas tengan directores independientes. Estamos obligados a ello y la independencia de estos directores está garantizada, ya que deben cumplir con requisitos legales tales como no mantener cierta relación de parentesco, ni relación como accionista, administrador o ejecutivo de la Compañía. Estos directores son propuestos por accionistas que representen el 1% o más de las acciones de la sociedad y sus candidaturas se presentan 10 días antes de la Junta de Accionistas en la cual se renueva el Directorio. Los candidatos deben acompañar dos días antes de la Junta una declaración de independencia en la que señalan cumplir con los requisitos legales y asumen el compromiso de mantenerse independientes durante todo su período. Para mayor información ver: Memoria Anual 2016. Pág. 36 - 38 (Gobierno Corporativo). http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2016%20Memoria%20VF%20ES.pdf 20F Directorio y Junta de Accionistas. Pág.99 http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2015%2020F%20ES.pdf		
G4-41	Describa los procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de interés. Indique si los conflictos de interés se comunican a las partes interesadas. Indique, como mínimo: membresía de distintas juntas, tenencia de acciones y de proveedores y otros grupos de interés; existencia de un accionista de control, información que revela sobre las partes relacionadas.	Ver: Documento "Prácticas de Gobierno Corporativo (Norma de Carácter General 385)" http://www.koandina.com/uploads/NCG%20385.pdf Código de Ética V1.0 punto 2. Pág. 2 http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/Codigo-deEticav1_0.pdf		

Aspectos Materiales		Nº de Página/Respuesta	Omisiones	ISO 26000
G4-42	Describa las funciones del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, la aprobación y la actualización del propósito, los valores o las declaraciones de misión, las estrategias, las políticas y los objetivos relativos a los impactos económico, ambiental y social de la organización.	El Directorio cuenta con un Comité Ejecutivo que tiene por funciones el supervisar y proponer pautas para la marcha general de los negocios sociales y el control de las operaciones en forma permanente mediante sesiones periódicas. También, y según lo prescrito en el artículo 50 bis de la Ley 18.046 sobre Sociedades Anónimas, y en conformidad a lo dispuesto en la Circular N°1.956 y Oficio Circular N°560 de la Superintendencia de Valores y Seguros, en el Directorio existe un Comité de Directores, cuyas funciones son: - Examinar los informes de los auditores externos, el balance y demás estados financieros presentados por la administración de la Sociedad a los accionistas, y pronunciarse respecto de éstos en forma previa a su presentación a los accionistas para su aprobación. - Proponer al Directorio los auditores externos y clasificadores privados de riesgo, que son sugeridos a la junta de accionistas respectiva.- Examinar los antecedentes relativos a las operaciones a que se refiere el Título XVI de la Ley N°18.046 y evacuar los informes respectivos. - Examinar los sistemas de remuneraciones y planes de compensación de los gerentes, ejecutivos principales y trabajadores de la Sociedad. - Informar al Directorio respecto de la conveniencia de contratar o no a la empresa de auditoría externa de la Sociedad para la prestación de servicios que no forman parte de la auditoría externa, cuando ellos no se encuentren prohibidos de conformidad a lo establecido en el artículo 242 de la ley N° 18.045 de Mercado de Valores. - Revisar y aprobar el reporte 20F de la Compañía y verificar el cumplimiento por parte de la Administración de la regla 404 de la Ley Sarbanes Oxley (Bajo la sección 404 de la ley Sarbanes Oxley, la Administración debe realizar una evaluación anual de los controles internos de la Compañía). Todo ello, sin perjuicio de las demás funciones que realiza, tales como analizar y dar seguimiento a políticas corporativas, revisar la procedencia e implementación de nuevos sistemas o modelos de negocios. Para mayor información ver: Estatuto Societario Reforma 25/06/2012 Art.10 http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/Estatutos%20Societarios%20Reforma%2025-06-12.pdf Documento "Prácticas de Gobierno Corporativo (Norma de Carácter General 385)" http://www.koandina.com/uploads/NCG%20385.pdf 20F Pág. 88. http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2015%2020F%20ES.pdf		
G4-43	Señale qué medidas se han tomado para desarrollar y mejorar el conocimiento colectivo del órgano superior de gobierno con relación a los asuntos económicos, ambientales y sociales.	La Compañía se ocupa de contribuir a su mayor especialización mediante la realización de charlas con expertos, presentaciones especializadas, la elaboración de informes específicos, etc. También se realizan visitas del Comité Ejecutivo a cada país (Argentina, Brasil, Chile y Paraguay) y se invita a especialistas en política económica.		
G4-44	Describa los procesos de evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con el gobierno de los asuntos económicos, ambientales y sociales. Indique si la evaluación es independiente y con qué frecuencia se lleva a cabo. Indique si se trata de una autoevaluación. Describa las medidas adoptadas como consecuencia de la evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con la dirección de los asuntos económicos, ambientales y sociales; entre otros aspectos, indique como mínimo si ha habido cambios en los miembros o en las prácticas organizativas.	Aunque no existe un proceso de evaluación formal, anualmente se produce un informe sobre el cumplimiento de las prácticas adoptadas, razón por la cual los directores son muy rigurosos en dar seguimiento y cumplimiento a las buenas prácticas corporativas comprometidas. Los cambios en el Directorio se describen en Pág. 32 y 33 de la Memoria Anual 2016. Ver además: Documento "Prácticas de Gobierno Corporativo (Norma de Carácter General 385)" http://www.koandina.com/uploads/NCG%20385.pdf		

Aspectos Materiales		N° de Página/Respuesta	Omisiones	ISO 26000
G4-45	Describa la función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social. Señale también cuál es el papel del órgano superior de gobierno en la aplicación de los procesos de diligencia debida. Indique si se efectúan consultas a los grupos de interés para utilizar en el trabajo del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.	Pág. 23. Existen políticas y procedimientos específicos para la administración de los distintos riesgos asociados a nuestro funcionamiento. A estos efectos, la Compañía cuenta con la Gerencia de Control de Gestión y Sustentabilidad Corporativa, una de sus funciones es proponer e implementar estándares y actividades de control para la mitigación de los riesgos. Además, el Directorio acordó reunirse al menos trimestralmente con esta gerencia con el fin de analizar el adecuado funcionamiento del proceso de gestión de riesgos, la matriz de riesgos empleada por dicha gerencia (así como las principales fuentes de riesgos y metodologías para la detección de nuevos riesgos y probabilidad e impacto de ocurrencia de aquellos que sean más relevantes), y las recomendaciones y mejoras que sería pertinente realizar a fin de gestionar mejor los riesgos de la entidad. Ver además: Documento "Prácticas de Gobierno Corporativo (Norma de Carácter General 385)" http://www.koandina.com/uploads/NCG%20385.pdf Política Corporativa de Gestión y Control de Riesgos http://www.koandina.com/pagina.php?p=gobier-no-politicas		
G4-46	Describa la función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo de la organización en lo referente a los asuntos económicos, ambientales y sociales.	Pág. 23. Estamos implementando un modelo de Gestión y Control de Riesgos (GCR). En este modelo, el Directorio cumple un rol fundamental, contándose entre sus principales responsabilidades el conocer y comprender todos los riesgos relevantes que asume la Compañía, aprobar la estrategia y lineamientos generales de la GCR y monitorear el funcionamiento continuo de los procesos de GCR reportados por el Comité de Riesgos a través de las evaluaciones realizadas por Auditoría Interna (que depende del Directorio).		
G4-47	Indique con qué frecuencia analiza el órgano superior de gobierno los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.	En función de lo dispuesto en la Política Corporativa de Gestión y Control de Riesgos, que fue aprobada por el Directorio en diciembre de 2015, en forma trimestral el Comité de Riesgos informará al Directorio sobre: 1. El adecuado funcionamiento del proceso de gestión de riesgos. 2. La matriz de riesgos empleada por la Compañía así como las principales fuentes de riesgos y metodologías para la detección de nuevos riesgos y la probabilidad e impacto de ocurrencia de aquellos más relevantes. 3. Las recomendaciones y mejoras que en opinión del Comité de Riesgos sería pertinente realizar para gestionar de mejor manera los riesgos de la Compañía. 4. Los planes de contingencia diseñados para reaccionar frente a la materialización de eventos críticos, incluida la continuidad del Directorio en situaciones de crisis. Ver además: 20F Pág. 87 http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2015%2020F%20ES.pdf		
G4-48	Indique cuál es el comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización y se asegura de que todos los Aspectos materiales queden reflejados.	Pág. 36. El CEO y el Directorio aprueban la Memoria y el Reporte de Sustentabilidad Anual.		

Aspectos Materiales		N° de Página/Respuesta	Omisiones	ISO 26000
G4-49	Describa el proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno.	El Directorio celebra sesiones programadas al menos una vez al mes donde se tratan temas varios entre los cuales se encuentran las preocupaciones importantes transmitidas al órgano superior del gobierno. El enfoque de toma de decisiones es descentralizado, otorgándole a las operaciones un nivel de autonomía suficiente, el cual se enmarca dentro de ciertos límites para mantener el control estratégico de sus negocios. (Documento Política Corporativa de Delegación de Autoridad) Ver además: 20F Pág. 86 http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2015%2020F%20ES.pdf		
G4-50	Señale la naturaleza y el número de preocupaciones importantes que se transmitieron al órgano superior de gobierno; describa asimismo los mecanismos que se emplearon para abordarlos y evaluarlos.	Los principales temas y preocupaciones que se transmitieron al órgano superior de gobierno comprendieron la revisión de denuncias anónimas, el análisis de informes de auditoría Interna, la revisión y aprobación de políticas corporativas tales como las de sustentabilidad corporativa y gestión de riesgos, u otras normas aplicables a gobierno corporativo o la empresa, sistemas de control interno, revisión y aprobación de nuevos negocios, revisión y aprobación de resultados consolidados y por operación. Algunas de estas materias fueron revisadas en el Comité de Auditoría, Comité de ética o en Comité Ejecutivo (segun temática) y luego analizadas por el Directorio. Según su naturaleza, si vienen de una operación específica, de la administración o del Canal de Denuncias Anónimas, se determina el mecanismo de resolución. El Directorio se reúne una vez al mes para conocer los resultados de la empresa y todos los asuntos que son de su competencia. Para mayor información ver: Memoria Anual 2016. Pág. 28 Tareas desarrolladas por el Comité de Directores según Ley N°180.46 (Art. 50 bis) de Sociedades Anónimas. http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2016%20Memoria%20VF%20ES.pdf		
G4-51	Describa las políticas de remuneración para el órgano superior de gobierno y la alta dirección, de acuerdo con los siguientes tipos de retribución. Retribución fija y variable, retribución basada en el rendimiento, retribución en acciones-primas; y acciones de dividendo diferido o acciones transferidas; bonos o incentivos a la contratación; indemnizaciones por despido; reembolsos, pensiones de jubilación, teniendo en cuenta la diferencia entre los regímenes de prestaciones y los tipos de retribución del órgano superior de gobierno, la alta dirección y todos los demás empleados. Relacione los criterios relativos al desempeño que afectan la política retributiva con los objetivos económicos, ambientales y sociales del órgano superior de gobierno y la alta dirección.	Ver: Memoria Anual 2016. Pág. 103. http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2016%20Memoria%20VF%20ES.pdf 20F - Punto B. Remuneraciones - Páginas 102 y 103. http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2015%2020F%20ES.pdf Documento de 2016 Acta JOA, página 30 y 31 puntos 4.1, 4.2 y 4.3. http://www.koandina.com/comunicados.php		
G4-52	Describa los procesos mediante los cuales se determina la remuneración. Indique si se recurre a consultores para determinar la remuneración y si éstos son independientes de la dirección. Señale cualquier otro tipo de relación que dichos consultores en materia de retribución puedan tener con la organización.	Ver: 20F - Punto B. Remuneraciones - Pág. 84 y 85 http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2015%2020F%20ES.pdf En el Acta JOA Documento 2016, Pág. 34 y 35. se detalla el procedimiento a través del cual se realiza la asignación de remuneraciones al Directorio, miembros del Comité Ejecutivo, miembros del Comité de Directores y Comité de Auditoría. http://www.koandina.com/comunicados.php		
G4-53	Explique cómo se solicita y se tiene en cuenta la opinión de los grupos de interés en lo que respecta a la retribución, incluyendo si procede, los resultados de las votaciones sobre políticas y propuestas relacionadas con esta cuestión.	La Asamblea de Accionistas que se reúne una vez al año, es quien aprueba o no la propuesta del Directorio a través de la votación a favor o en contra, dejándose registro en las Actas de asamblea de accionistas. Ver también: Documento 2016 Acta JOA http://www.koandina.com/comunicados.php		

Aspectos Materiales		Nº de Página/Respuesta	Omisiones	ISO 26000
G4-54	Calcule la relación entre la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor paga) del país correspondiente.	Esta información resulta sensible. Se omite para resguardar la seguridad personal de colaboradores y de los altos mandos de nuestra organización.		
G4-55	Calcule la relación entre el incremento porcentual de la retribución total anual de la persona mejor paga de la organización en cada país que se llevan a cabo operaciones significativas con el incremento porcentual de la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar la persona mejor pagada) del país correspondiente.	Ídem respuesta Indicador G4-54. Se realizan incrementos según inflación de cada país y ajustes por desempeño.		
Ética e Integridad				4,4
G4-56	Describa los valores, los principios, los estándares y las normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.	Páginas 15; 17; 26; 27; 36 y 37. Ver además: Memoria Anual 2016. Pág. 28 y 29. http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2016%20Memoria%20VF%20ES.pdf Código de Ética V1_0 http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/Codigo-deEticav1_0.pdf Código de Ética de Proveedores y Terceros V1.0 http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/Codigo_Etica_Proveedores%20y%20Terceros.pdf		
G4-57	Describa los mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética, lícita y para los asuntos relacionados con la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento.	Páginas 15; 17; 26; 27; 36 y 37. Ver además: Memoria Anual 2016 Pág. 28, 29, 30 y 31. Web Koandina - Sección Denuncias Anónimas http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2016%20Memoria%20VF%20ES.pdf		
G4-58	Describa los mecanismos internos y externos de denuncias de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización tales como la notificación escalonada a los mandos directivos, los mecanismos de denuncia e irregularidades o las líneas telefónicas o de ayuda.	Pág. 15. Ver además: Memoria Anual 2016. Pág. 28, 29, 30 y 31. http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2016%20Memoria%20VF%20ES.pdf Código de Ética V1_0 - Conflictos de Intereses Pág. 2 y 3; Pág. 9 y 10 En el caso que una Persona enfrente un Conflicto de Interés, o detecte un Potencial Conflicto de Interés, deberá informarlo oportunamente a la Compañía, y abstenerse de realizar acciones que generen o puedan generar tal conflicto, salvo autorización expresa y por escrito del Comité de Ética de la Compañía. http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/Codigo-deEticav1_0.pdf		

GRI Guía G4 - Contenidos Básicos Específicos

Aspectos Materiales	Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	Nº de Página / Respuesta	Omisiones	ISO 26000 Cláusulas vinculadas
CATEGORÍA: ECONOMÍA				
Desempeño Económico	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Páginas 10 y 11.	
	G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido.	Pág. 34. Cada país tiene su apertura. A modo de resumen, en este reporte sólo se indican las categorías más significativas, definidas por su peso en el valor económico total.	6.8.1; 6.8.2; 6.8.3; 6.8.9
	G4-EC2	Consecuencias económicas y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización que se derivan del cambio climático.	Los riesgos/oportunidades se detectan y tratan a través del proceso de Administración de Riesgos. Algunos identificados durante el 2016, fueron: Regulatorios: Ley de etiquetado, impuestos por azúcares e impuestos por generación de residuos. Ambientales: Aumento de lluvias, Aumento de temperaturas y escasez de agua. Pág. 43-55; 65-73; 89-103.	6.5.5
	G4-EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización derivadas de su plan de prestaciones.	La Compañía cumple con el sistema de obligaciones previsionales vigentes en todos los países donde tiene operación. Pág. 34.	6.8.7
	G4-EC4	Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno.		No disponible para el periodo.
	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Páginas 10 y 11.	
	G4-EC5	Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	Página 112. http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2016%20Memoria%20VF%20ES.pdf	
	G4-EC6	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	Memoria anual 2016, página 36. http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2016%20Memoria%20VF%20ES.pdf La mayoría de los empleados en cada país tienen la nacionalidad del país donde trabajan. Los directores de la compañía son 14: chilenos (11); argentinos (2) y ecuatoriano (1). La primera línea corporativa son 7 personas, 5 de nacionalidad chilena y 2 argentinos. Se define como altos directivos; al Directorio y a la primera línea corporativa. Se define "nacional" cuando coincide su nacionalidad con la filial donde desempeña sus funciones, excepto para el caso de los chilenos, que estarán identificados como tal en cualquiera de los países; y "extranjeros" serán aquellos que no apliquen en ninguno de los casos anteriores.	
Presencia en el Mercado	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Páginas 21 y 22. Ver: Política Corporativa de Sustentabilidad. http://www.koandina.com/pagina.php?p=gobierno-politicas	
	G4-EC7	Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructura y los tipos de servicios.	Páginas 12 y 13; 34 y 35. Memoria, Pág: 70 Algunas de las inversiones en infraestructura que la Compañía desarrolló durante el periodo fueron: Renovación de equipos de frío, lo cual continúa beneficiando a clientes y comunidades por el ahorro eléctrico. Modificación para reducir gramaje de botellas y tapas, lo cual es positivo para la comunidad porque se generan menos residuos. Mejoras en los procesos comerciales que mejoran la relación con los clientes como así también la rentabilidad de los mismos. Incorporación de lavadoras en líneas de producción que optimizan y reducen el uso de agua en los procesos industriales. Construcción de depósitos para almacenaje y distribución. Construcción de nueva planta en Duque de Caxias Brasil (primera etapa)	6.3.9; 6.8.1; 6.8.2; 6.8.7; 6.8.9
	G4-EC8	Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos	Páginas 12 y 13. Coca-Cola Andina, como parte del Sistema Coca-Cola, genera un valor agregado en los países donde opera equivalente al 0,3% del PIB (o PBI) del país (aproximadamente). También se pueden ver, en el cuadro de valor económico distribuido, los aportes al fisco, salarios a empleados directos e inversiones. Cuando incluimos el impacto indirecto que genera el Sistema Coca-Cola en cada región donde opera, este equivalente del PBI asciende a 1%.	6.3.9; 6.6.6; 6.6.7; 6.7.8; 6.8.1; 6.8.2; 6.8.5; 6.8.7; 6.8.9

Aspectos Materiales	Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores		N° de Página / Respuesta	Omisiones	ISO 26000 Cláusulas vinculadas
Prácticas de Adquisición	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Páginas 15; 133-137.		
	G4-EC9	Porcentaje del gasto en lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.	Pág. 134. Hablamos de "nacionales" como sinónimo de "locales"		6.4.3; 6.6.6; 6.8.1; 6.8.2; 6.8.7
CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE					6.5
Materiales	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Páginas 21 y 22. Ver: Política Corporativa de Sustentabilidad. http://www.koandina.com/pagina.php?p=gobierno-politicas		
	G4-EN1	Materiales por peso o volumen.	En el reporte se publican las materias primas utilizadas y cuáles de ellas son de origen reciclado. Pág. 101. En el capítulo "Guardianes del Agua" se publica consumo de agua y como recurso renovable se realizan iniciativas para aumentar la reposición. Pág. 67-73. En el capítulo "Gestión de la Energía y Protección del Clima" se publica la energía renovable utilizada. Pág. 76.		6.5.4
	G4-EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados.	Pág. 89 Empaques Sustentables. Se utiliza el material reciclado: 2,83% para botellas plásticas, el 5,34% para botellas de vidrio y 2,14% para cajas plásticas.		6.5.4
Energía	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Páginas 21 y 22; 31 y 75.		
	G4-EN3	Consumo energético interno.	Pág. 77. La calefacción y refrigeración están incluidos en el valor de consumo eléctrico.		6.5.4
	G4-EN4	Consumo energético externo.	Pág. 77. Consumo de energía eléctrica proveniente de fuentes que no son propiedad de Coca-Cola Andina: 660.123.332 MJ. Energía consumida por unidades de transporte externo: 1.113.585 GJ		
	G4-EN5	Intensidad energética.	Pág. 81. El ratio reportado EUR (Energy Use Ratio) es por requisito de Coca-Cola Company la suma de las energías utilizadas en las plantas embotelladoras (MJ) dividido los litros producidos.		6.5.4
	G4-EN6	Reducción del consumo energético.	Pág. 75-87.		
	G4-EN7	Reducción de los requisitos energéticos de los productos y servicios.	Pág. 75-87. El consumo total de energía disminuyó un 18,25% atribuido al cierre de la planta de Victoria y la incorporación de nuevas tecnologías, logrando mantener la producción (la cual disminuyó solo un 5,07%). Por otro lado, cabe mencionar que ampliar el portafolio de productos y empaques nuevos traen aparejados mayores puestas a punto y por consiguiente mayor consumo de energía. Por lo que destacamos que, a pesar que no hemos crecido en volumen, supimos adecuamos a las necesidades de los consumidores sin impactar significativamente a los consumos energéticos.		6.5.4; 6.5.5

Aspectos Materiales	Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores		N° de Página / Respuesta	Omisiones	ISO 26000 Cláusulas vinculadas
Agua	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Páginas 21 y 22; 32 y 65. Ver: Política Corporativa de Sustentabilidad. http://www.koandina.com/pagina.php?p=gobierno-politicas		
	G4-EN8	Captación de agua según la fuente.	Pág. 67. Los métodos de cálculo y registro son estándares de Coca-Cola Company para todos los embotelladores. (EOSH Performance Measurements y Water Resource Sustainability)		6.5.4
	G4-EN9	Fuentes que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	Siguiendo la política de The Coca-Cola Company se llevan a cabo acciones para reponer a la naturaleza el agua utilizada (replenish). La información sobre estos programas se encuentra en el capítulo "Guardianes del Agua".		6.5.4
	G4-EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	Pág. 65-73. Sólo existen casos de reuso en equipos de lavado (ej. lavadoras de botellas) donde se recupera agua de los enjuagues finales. Esto mejora el ratio WUR pero no contamos con un medidor en el 100% de las máquinas para conocer el ahorro específico de esta acción. El agua utilizada o captada por precipitaciones se trata y se entrega apta para la vida animal. Existen cisternas de agua de lluvia para prevención de incendios.		6.5.4

Aspectos Materiales	Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores		N° de Página / Respuesta	Omisiones	ISO 26000 Cláusulas vinculadas
Emisiones	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Páginas 12 y 13; 61. Ver: Política Corporativa de Sustentabilidad. http://www.koandina.com/pagina.php?p=gobierno-politicas		
	G4-EN15	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1)	Pág. 82. Alcance 1, incluye los combustibles utilizados en los procesos (Emisiones Kg CO ₂ eq: 30.046.834,94) y equipos de propiedad de la Compañía, lo cual hace referencia a flota propia (Emisiones Kg CO ₂ eq: 24.190.319,35). Lo cual hace un total Alcance 1 de 54.237.154,29 Kg CO ₂ eq.		6.5.5
	G4-EN16	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2)	Pág. 82 y 83. Alcance 2, Emisiones: 61.901.060,93 Kg CO ₂ eq		
	G4-EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3)	Pág. 82 y 83. Alcance 3, Emisiones de flota de terceros: 125.326.345,42 Kg CO ₂ eq. distribuidos por país de la siguiente manera: Argentina 44%, Brasil 0%, Chile 39%, Paraguay 17%.	Los equipos de frío se relevaron, ver Pág 79. Para el 2017 podremos incluir las emisiones a la huella Alcance 3.	
	G4-EN18	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero.	Pág. 82. El ratio Alcance 1, 2 y 3 para Embotelladora Andina es de 59,17 gr CO ₂ eq/litro de bebida producida.		6.5.5
	G4-EN19	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.	Las reducciones en los procesos de planta se gestionan y reflejan en el ratio de EUR (Energy Use Ratio). Respecto a flota, se incorporan vehículos más eficientes y, respecto a Equipos de Frío, se continúa con el plan de recambio por nuevas tecnologías. Para los próximos reportes podremos evidenciar las diferencias comparativas.	No se dispone de comparaciones con años anteriores. En 2015 se consolidó la información sobre emisiones GEI Alcance 1 de Plantas Embotelladoras que servirá de base para comparaciones posteriores.	6.5-5
	G4-EN20	Emisiones de sustancias que agotan el ozono.	Se utilizan en los equipos de frío gases refrigerantes, principalmente CO ₂ y HCFC-22. Durante el 2016 se utilizaron 3.742 kg, los cuales se extraen de los equipos y almacenan en garrafas para su posterior tratamiento, según la reglamentación de cada país.		
	G4-EN21	NOX, SOX, y otras emisiones atmosféricas significativas.	Sólo nuestras operaciones en Chile miden estos parámetros, los cuales son para el periodo 2016 (medido en kg.): NOX: 12600 MP10: 337,8	Para el 2017 se buscará ampliar el alcance al resto de las operaciones.	

Aspectos Materiales	Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores		N° de Página / Respuesta	Omisiones	ISO 26000 Cláusulas vinculadas
Efluentes y residuos	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Páginas 21 y 22; 32 y 98. Ver: Política Corporativa de Sustentabilidad. http://www.koandina.com/pagina.php?p=gobierno-politicas		
	G4-EN22	Vertido total de aguas, según su naturaleza y destino.	Pág. 67. Los parámetros de salida responden a los requerimientos de Coca-Cola Company en su documento de Waste Water Quality.		6.5.3; 6.5.4
	G4-EN23	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	Pág. 98-101. El 82,9% de los residuos son reciclados (valor Andina global). Nos referimos a reciclables cuando se procesan para volver a utilizar y también entran en este criterio residuos orgánicos que se destinan a compostaje como residuos peligrosos que se destinan como recuperación energética en hornos de industrias cementeras. El 1,5% son residuos peligrosos que tienen un tratamiento acorde a la legislación de cada país (por ejemplo, celdas de seguridad). El 15,6% son residuos generales que van a enterramientos sanitarios.		6.5.3
	G4-EN24	Número y volumen totales de los derrames accidentales más significativos.	No hubo derrames significativos en el periodo		6.5.3
	G4-EN25	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos en virtud de los anexos I, II, III y VIII del Convenio de Basilea y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	El 100% de los residuos peligrosos son tratados por terceros dentro de los países donde se originan.	No aplica	
	G4-EN26	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de las masas de agua y los hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos y escorrentía procedentes de la organización.	El 100% de los efluentes de la compañía son tratados, por lo que no hay impactos significativos sobre los recursos hídricos. Se gestiona a través del requerimiento de Coca-Cola Company Source Water Vulnerability Assessment (SWA)		6.5.3; 6.5.4; 6.5.6
	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Páginas 21 y 22; 89-103. Ver: Política Corporativa de Sustentabilidad. http://www.koandina.com/pagina.php?p=gobierno-politicas		
Productos y servicios	G4-EN27	Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios	Pág. 89-103; 66-73; 75-87.		6.5.3; 6.5.4; 6.5.5; 6.7.5
	G4-EN28	Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje que se regeneran al final de su vida útil, desglosado por categoría	Pág. 101. El 38,49% (global compañía) de los productos vendidos se regeneran al final de su vida útil por la propia Compañía. El 100% de los cajones (empaque secundario) se regeneran al final de su vida útil por la propia Compañía. Apoyamos iniciativas ambientales y sociales para incentivar el recupero de los empaques que aun no poseen circuitos formales de recuperación.		6.5.3; 6.5.4; 6.7.5
Cumplimiento regulatorio	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Ver: Código de Ética http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/CodigodeEticav1_0.pdf Código de Ética de Proveedores y Terceros. http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/Codigo_Etica_Proveedores%20y%20Terceros.pdf		
	G4-EN29	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental	No se han producido multas significativas ni sanciones por incumplimiento de legislación y/o normativa ambiental.		4.6
Transporte	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Páginas 21 y 22. Ver: Política Corporativa de Sustentabilidad. http://www.koandina.com/pagina.php?p=gobierno-politicas		
	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.	No se han registrado derrames de sustancias peligrosas. El uso de combustible para el transporte de producto se reporta en la sección de Alcance 1, 2 y 3 de emisiones GEI.	No se informan para el periodo los impactos ambientales del transporte de personal.	6.5.4; 6.6.6

Aspectos Materiales	Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores		N° de Página / Respuesta	Omisiones	ISO 26000 Cláusulas vinculadas
General	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Páginas 21 y 22. Ver: Política Corporativa de Sustentabilidad http://www.koandina.com/pagina.php?p=gobierno-politicas		
	G4-EN31	Desglose de los gastos e inversiones ambientales	Pág. 76. Gastos ambientales: USD 17.416.611 Inversiones ambientales: USD 32.938.204		
Evaluación ambiental de los proveedores	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Pág. 133.		
	G4-EN32	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales	Pág. 137. Todos los proveedores deben cumplir con los estándares y requisitos del sistema Coca-Cola, y de los Principios Rectores para Proveedores.	6.3.5; 6.6.6; 7.3.1	
	G4-EN33	Impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas al respecto.	Se trabaja con los proveedores críticos y en impactos significativos en la cadena: Upstream: se realizan iniciativas con proveedores de empaques primarios y secundarios para reducir su gramaje. También para reutilizar el scrap industrial de las plantas para elaborar nuevos empaques, garantizando calidad de residuos y gestionando con partners la transformación de los mismos. Con el fin de reducir el impacto de generación de residuos. Downstream: se realizan iniciativas con proveedores de equipos de frío para colocar en los clientes equipos más eficientes y con los proveedores de distribución para hacer más eficientes las rutas de entrega, buscando reducir el consumo de combustible y huella de carbono. Se impulsan iniciativas comerciales orientadas a mayor porcentaje de ventas en botellas retornables, para reducir uso de insumos.		
Mecanismos de reclamación en materia ambiental	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Pág. 15.		
	G4-EN34	Número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación	No se han producido reclamaciones ambientales en el periodo.	6.3.6	
CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL - SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO					
Empleo	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Páginas 21 y 22; 105.		
	G4-LA1	Número total y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región	Pág. 114. Las nuevas contrataciones para toda la compañía fueron de 2.515 colaboradores con contrato permanente. La rotación es un indicador de desempeño clave en sustentabilidad y se muestra consolidado por país.	6.4.3	
	G4-LA2	Prestaciones sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad	Se otorgan los mismos beneficios independientemente de la extensión de la jornada laboral, en todos los sitios significativos de la actividad.	6.4.8; 6.8.7	
	G4-LA3	Índices de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo	Pág. 119.	6.4.4	
	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Páginas 21 y 22; 106.		
Relaciones entre los trabajadores y la dirección	G4-LA4	Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de éstos en los convenios colectivos	Como disposición general, el número mínimo de preaviso es de 30 días en todas las regiones.	6.4.4; 6.4.5	

Aspectos Materiales	Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores		N° de Página / Respuesta	Omisiones	ISO 26000 Cláusulas vinculadas
	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Páginas 21 y 22; 31.		
	G4-LA5	Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral	Pág. 120.		6.4.6
	G4-LA6	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo	Pág. 120. Cada gerencia de seguridad tiene su procedimiento de gestión y comunicación de accidentes como así también programas para la prevención. Estos procedimientos responden al Programa de Seguridad Basada en Comportamiento exigido por Coca-Cola Company y a la norma OHSAS 18001.	El dato de enfermedades profesionales se incorporará en el reporte del próximo año	6.4.6; 6.8.8
	G4-LA7	Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad	Andina cuenta con un detallado análisis por tipo de trabajador y puesto desempeñado, referido a los riesgos a los que pueden verse sometidos (por ej. sordera profesional, posibles enfermedades musculoesqueléticas, enfermedades respiratorias). Para cada tipo de riesgo se cuenta con medidas de mitigación específicas. Estas medidas comprenden adecuaciones de equipos e instalaciones para cumplir con los estándares establecidos, la entrega de equipos de protección personal (EPP) adecuados a cada tipo de riesgo, capacitación respecto a la importancia de su utilización y medidas de seguimiento a los fines de verificar su uso. También, se realizan controles médicos anuales o periódicos a los fines de realizar seguimiento y control de los riesgos identificados.		
Salud y seguridad en el trabajo	G4-LA8	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos	Pág. 120. Ver "Compensaciones y beneficios" El funcionamiento de los comités se define en el Programa de Seguridad Basada en Comportamiento.		6.4.6
Capacitación y educación	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Pág. 113.		
	G4-LA9	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral	Pág. 113.		6.4.7
	G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales	Páginas 113 y 114.		6.4.7; 6.8.5
	G4-LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional	Pág. 116.		6.4.7
Diversidad e igualdad de oportunidades	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Pág. 15. Ver además: Código de Ética http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/CodigodeEticav1_0.pdf Código de Ética de Proveedores y Terceros. http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/Codigo_Etica_Proveedores%20y%20Terceros.pdf		
	G4-LA12	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad	Memoria Anual 2016. Pág. 34. http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2016%20Memoria%20VF%20ES.pdf 20F Pág.83 a 86: Composición del Directorio y Principales Ejecutivos (Sexo y Edad) y Competencia y Experiencia. http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2015%2020F%20ES.pdf		6.2.3; 6.3.7; 6.3.10; 6.4.3
Igualdad de retribución entre mujeres y hombres	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Ver: Código de Ética http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/CodigodeEticav1_0.pdf		
	G4-LA13	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional y por ubicaciones significativas de actividad	Ejecutivas vs Ejecutivos: 67,7% Trabajadoras vs Trabajadores: 104,7% El análisis global refleja brechas que están explicadas por las diferentes posiciones y tareas dentro de cada segmento de agrupación. En un análisis más detallado, en idénticas posiciones no se reflejan diferencias sustanciales		6.3.7; 6.3.10; 6.4.3; 6.4.4

Aspectos Materiales	Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores		Nº de Página / Respuesta	Omisiones	ISO 26000 Cláusulas vinculadas
Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Pág. 133-137.		
	G4-LA14	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales	Todos los proveedores deben cumplir con los estándares y requisitos del sistema Coca-Cola, y de los Principios Rectores para Proveedores.6.3.5; 6.4.3; 6.6.6; 7.3.1		
	G4-LA15	Impactos significativos, reales y potenciales, de las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto	Las evaluaciones de nuevos proveedores y las evaluaciones periódicas que se realizan por el sistema Kore buscan minimizar los impactos potenciales que pudieran surgir por el no respeto de derechos fundamentales tales como la libertad de asociación, el trabajo infantil o trabajo forzado.6.3.5; 6.4.3; 6.6.6; 7.3.1		
Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Pág. 15.		
	G4-LA16	Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación	El 100% de las reclamaciones son abordadas y gestionadas por las áreas de legales de cada país.		
CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL - SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS					
Inversión	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Pág. 15. Ver además: Código de Ética http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/CodigodeEticav1_0.pdf Código de Ética de Proveedores y Terceros. http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/Codigo_Etica_Proveedores%20y%20Terceros.pdf		
	G4-HR1	Número y porcentaje de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyen cláusulas de derechos humanos o que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	Todos los proveedores deben cumplir con los estándares y requisitos del sistema Coca-Cola, y de los Principios Rectores para Proveedores.6.3.3; 6.3.5; 6.6.6		
	G4-HR2	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluido el porcentaje de empleados capacitados.	Pág. 114.6.3.5		
No discriminación	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Ver: Código de Ética http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/CodigodeEticav1_0.pdf		
	G4-HR3	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas	No se han producido casos de reclamaciones por discriminación en el periodo.6.3.6; 6.3.7; 6.3.10; 6.4.3		
Libertad de asociación y negociación colectiva	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Pág. 15. Ver además: Código de Ética http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/CodigodeEticav1_0.pdf Código de Ética de Proveedores y Terceros. http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/Codigo_Etica_Proveedores%20y%20Terceros.pdf		
	G4-HR4	Identificación de centros y proveedores en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos	Todos los proveedores deben cumplir con los estándares y requisitos del Sistema Coca-Cola y de los Principios Rectores para Proveedores.6.3.3; 6.3.4; 6.3.5; 6.3.8; 6.3.10; 6.4.5; 6.6.6		
Trabajo infantil	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Pág. 15. Ver además: Código de Ética http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/CodigodeEticav1_0.pdf Código de Ética de Proveedores y Terceros. http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/Codigo_Etica_Proveedores%20y%20Terceros.pdf		
	G4-HR5	Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil	La prohibición de la contratación de menores de 18 años está incorporada en las normas del Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad, así como en el reglamento de los contratistas. Todos los proveedores deben cumplir con los estándares y requisitos del Sistema Coca-Cola y de los Principios Rectores para Proveedores.6.3.3; 6.3.4; 6.3.5; 6.3.7; 6.3.10; 6.6.6; 6.8.4		

Aspectos Materiales	Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores		Nº de Página / Respuesta	Omisiones	ISO 26000 Cláusulas vinculadas
Trabajo forzoso	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Pág. 15. Ver además: Código de Ética http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/CodigodeEticav1_0.pdf Código de Ética de Proveedores y Terceros. http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/Codigo_Etica_Proveedores%20y%20Terceros.pdf		
	G4-HR6	Centros y proveedores significativos con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso	Todos los proveedores deben cumplir con los estándares y requisitos del Sistema Coca-Cola y de los Principios Rectores para Proveedores. Se realizan verificaciones y auditorías aleatorias para detectar posibles episodios. Adicionalmente, se dispone del Canal de Denuncias Anónimas para recibir reclamaciones.		6.3.3; 6.3.4; 6.3.5; 6.3.10; 6.6.6
Medidas de seguridad	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Pág. 10. Ver además: Código de Ética http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/CodigodeEticav1_0.pdf Código de Ética de Proveedores y Terceros. http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/Codigo_Etica_Proveedores%20y%20Terceros.pdf		
	G4-HR7	Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o los procedimientos de la organización en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones		No disponible para el periodo	
Evaluación	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Ver Política Corporativa de Gestión de Riesgos http://www.koandina.com/pagina.php?p=gobierno-politicas		
	G4-HR9	Número y porcentaje de centros que han sido objeto de exámenes o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	Los derechos de los colaboradores se contemplan en las políticas de Coca-Cola Company a las cuales adherimos. Estas se revisan de forma mensual a través de foros de debate.		
Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Páginas 133-137.		
	G4-HR10	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos	Todos los proveedores deben cumplir con los requisitos y estándares del sistema Coca-Cola y de los Principios Rectores para Proveedores.		6.3.3; 6.3.4; 6.3.5; 6.6.6
	G4-HR11	Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales en la cadena de suministro, y medidas adoptadas.	Las evaluaciones de nuevos proveedores y las evaluaciones periódicas que se realizan por el sistema Kore buscan minimizar los impactos potenciales que pudieran surgir por el no respeto de derechos fundamentales tales como la libertad de asociación, el trabajo infantil o trabajo forzado.		6.3.3; 6.3.4; 6.3.5; 6.6.6
Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Pág. 15.		
	G4-HR12	Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	No se han producido reclamaciones sobre derechos humanos en el periodo.		6.3.6
CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL - SUBCATEGORÍA: SOCIEDAD					
Comunidades locales	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Páginas 127 y 139.		
	G4-S01	Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	Pág. 139. La relación con la comunidad se gestiona desde los responsables de sustentabilidad y relaciones institucionales, siempre alineados a Coca-Cola Company y definiciones de sus áreas de Public Affairs. Ver esquema de "Relación con la Comunidad" donde se resumen las principales acciones e iniciativas en la comunidad.		6.3.9; 6.5.1; 6.5.2; 6.5.3; 6.8
	G4-S02	Centros de operaciones con efectos negativos significativos, posibles o reales, sobre las comunidades locales.	No se ha determinado que existan efectos negativos significativos en las comunidades locales donde tenemos operaciones.		

Aspectos Materiales	Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores		N° de Página / Respuesta	Omisiones	ISO 26000 Cláusulas vinculadas
Lucha contra la Corrupción	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Pág. 15. Ver además: Código de Ética http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/CodigodeEticav1_0.pdf Código de Ética de Proveedores y Terceros. http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/Codigo_Etica_Proveedores%20y%20Terceros.pdf		
	G4-S03	Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados.	Ver Memoria Anual 2016 y 20F. Memoria Páginas 30; 36 y 72. http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2016%20Memoria%20VF%20ES.pdf		6.6.1; 6.6.2; 6.6.3
	G4-S04	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	Páginas 108 y 115. Ver además: Memoria Anual 2016. Páginas 69. http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2016%20Memoria%20VF%20ES.pdf		6.6.1; 6.6.2; 6.6.3; 6.6.6
	G4-S05	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	No se han producido casos de corrupción en el periodo.		6.6.1; 6.6.2; 6.6.3
Política pública	G4-DMA	Enfoque de Gestión.	Nuestro Manual de Conducta (Código de Ética) establece que, como regla general, no se utilizarán fondos o activos incluyendo objetos de valor o servicios de los empleados de la compañía para hacer contribuciones políticas. Las contribuciones políticas solo son aceptadas siempre y cuando cuenten con aprobación expresa del Directorio y en conformidad con la ley local. Cada contribución política será registrada en los Registros de Contabilidad como contribución política.		
	G4-S06	Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario.		No disponible para el período	
Prácticas de competencia desleal	G4-DMA	Enfoque de Gestión.	Ver Código de Ética http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/CodigodeEticav1_0.pdf		
	G4-S07	Número de demandas legales por causas relacionadas con prácticas monopólicas y contra la libre competencia, y resultados de las mismas.	No se han registrado en el periodo.		6.6.1; 6.6.2; 6.6.5; 6.6.7
Cumplimiento	G4-DMA	Enfoque de Gestión.	Pág.		
	G4-S08	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa.	Código de Ética http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/CodigodeEticav1_0.pdf		4.6
Evaluación de la repercusión social de los proveedores	G4-DMA	Enfoque de Gestión.	Pág. 133-137.		
	G4-S09	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social.	Todos los proveedores deben cumplir con los estándares y requisitos del Sistema Coca-Cola y de los Principios Rectores para Proveedores		6.3.5; 6.6.1; 6.6.2; 6.6.6; 6.8.1; 6.8.2; 7.3.1
	G4-S010	Impactos sociales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas	Las evaluaciones de nuevos proveedores y las evaluaciones periódicas que se realizan por el sistema Kore buscan minimizar los impactos potenciales que pudieran surgir por el no respeto de derechos fundamentales tales como la libertad de asociación, el trabajo infantil o trabajo forzado.		
Mecanismos de reclamación por impacto social	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Pág. 15.		
	G4-S011	Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	No se han producido reclamaciones sobre impactos sociales en el periodo.		6.3.5; 6.6.1; 6.6.2; 6.6.6; 6.8.1; 6.8.2

Aspectos Materiales	Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores		Nº de Página / Respuesta	Omisiones	ISO 26000 Cláusulas vinculadas
CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL - SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS					
Salud y seguridad de los clientes	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Páginas 21 y 22; 31; 44 y 46.		
	G4-PR1	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.	Pág. 48.		6.3.9; 6.5.1; 6.5.2; 6.5.3; 6.8
	G4-PR2	Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes	No se han producido 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 en el periodo. El área de calidad e inocuidad tiene como objetivo garantizar la seguridad de los alimentos que producimos, gestionando a través de la identificación, prevención, evaluación y control de los procesos hasta el consumidor final.		6.3.9; 6.5.3; 6.8
Etiquetado de los productos y servicios	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Pág. 49.		
	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	Pág. 49. La Compañía pone a disposición información nutricional en las etiquetas de los productos que comercializa, como así también trabaja proactivamente con las entidades para incorporar información al respecto (ej: Ley de etiquetado). También, en productos como Bonaqua, se explicita el origen de la fuente de agua. Respecto a los empaques, indicamos si el envase es retornable o reciclable. En caso que la botella sea "EcoFlex" también se hace explícito en la etiqueta. La compañía implementa el programa llamado "Embajadores" con el fin de capacitar a los colaboradores sobre hidratación, ingredientes y endulzantes para que puedan responder cuando sus círculos sociales consultan al respecto. Coca-Cola Company publica periódicamente informes a través del Instituto de Bebidas para la Salud y el Bienestar (IBSB), por ejemplo el libro "Hidratación", que brinda fundamentos para las diferentes etapas de la vida, que está dirigido a profesionales de la salud con el fin de divulgar la importancia de una hidratación adecuada en las personas a lo largo de su vida. (http://www.coca-colamexico.com.mx/sala-de-prensa/Comunicados/instituto-de-bebidas-para-la-salud-y-el-bienestar-publica-libro-sobre-la-importancia-de-la-hidratacion-en-las-diferentes-etapas-de-la-vida)		6.7.1
	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 de dichos incidentes	No hemos tenido incidentes significativos relacionados con este tipo de incumplimiento.		6.6.1; 6.6.2; 6.6.3; 6.6.6
	G4-PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes	Pág. 52. Las áreas de Servicio al Cliente analizan los resultados y promueven iniciativas que responden a las oportunidades / debilidades detectadas. La satisfacción se mide cada dos años con un proveedor externo, de manera presencial con una encuesta. Se miden 9 factores relacionados al servicio al cliente: Vendedor, Entrega, Apoyo Comercial, Facturación, Servicio Técnico de Equipos de Frío, Atención Telefónica, Rentabilidad, Calidad y Oferta de variedad de productos, cada factor con sus atributos. Las evaluaciones son de 1 a 10: arriba de 7 se considera satisfecho, de 1 a 4 insatisfecho, 5 y 6 no se considera, el índice es la diferencia del % de los satisfechos, menos el % de los insatisfechos. La muestra es representativa por región, locación, canal y tamaño. La comparación es con las principales empresas competidoras y versus resultados de años anteriores. También mensualmente se realizan encuestas telefónicas más acotadas desde nuestro contact center, se miden algunos atributos y se comparan versus los meses anteriores.		6.6.1; 6.6.2; 6.6.3
Comunicaciones de Mercadotecnia	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Pág. 51.		
	G4-PR6	Venta de productos prohibidos o en litigio	No aplica.		
	G4-PR7	Número de casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, tales como la publicidad, la promoción y el patrocinio, desglosados en función del tipo de resultado.	No se han producido casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia en el periodo.		4.6

Aspectos Materiales	Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores		N° de Página / Respuesta	Omisiones	ISO 26000 Cláusulas vinculadas
Privacidad de los clientes	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Pág. 52.		
	G4-PR8	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	No se han producido reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes en el periodo.		6.7.1; 6.7.2; 6.7.7
Cumplimiento regulatorio	G4-DMA	Enfoque de Gestión	Pág. 48.		
	G4-PR9	Valor monetario de las multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios.	No hemos tenido incidentes significativos relacionados a este tipo de incumplimiento.		4.6
INDICADORES SECTORIALES DE LA INDUSTRIA ALIMENTICIA G4					
Abastecimiento		Enfoque de Gestión	Pág. 15; 133-137.		
	FP1	Porcentaje del volumen adquirido a proveedores que cumplen la política de contratación de la empresa.	Pág. 137.		
	FP2	Porcentaje del volumen adquirido que se verifica cumple con estándares creíbles e internacionalmente reconocidos de producción responsable, discriminado por estándar.	Todos los proveedores deben cumplir con los estándares y requisitos del Sistema Coca-Cola y de los Principios Rectores para Proveedores.	Los datos cuantitativos referidos a estándares internacionales y su discriminación se informarán en próximos periodos.	
		Enfoque de Gestión	Páginas 15; 105..		
Prácticas Laborales y Trabajo Digno	FP3	Porcentaje del tiempo de trabajo perdido debido a conflictos laborales, huelgas y/o cierres patronales por país.	No se han producido pérdidas de tiempo de trabajo significativas debido a conflictos laborales en el periodo informado.		
Alimentos saludables y accesibles		Enfoque de Gestión	Páginas 43; 45 y 46.		
	FP4	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas que promueven el acceso a los estilos de vida saludables, la prevención de enfermedades crónicas, el acceso a alimentos sanos, nutritivos y asequibles, y la mejora del bienestar de las comunidades.	Pág. 43-55.		
Salud y Seguridad del Cliente		Enfoque de Gestión	Pág. 48.		
	FP5	Porcentaje del volumen de la producción manufacturada en sitios certificados por terceras partes independientes, siguiendo normas internacionales reconocidas sobre sistemas de gestión de seguridad alimentaria.	Pág. 48. El 100% de las plantas embotelladoras están certificadas por terceras partes en temas de calidad y seguridad alimentaria.		
	FP6	Porcentaje del volumen total de ventas de productos para el consumo que son bajos en grasas saturadas, grasas trans, sodio y azúcares agregados.	Pág. 45. El dato compañía es de 15,85% del volumen de ventas es bajo o cero calorías. La apertura se podrá ver en el capítulo "Beneficio de Bebidas". Como dato adicional se informa que el 36% del portafolio ofrecido es bajo o cero calorías.		
	FP7	Porcentaje del volumen total de ventas de productos para el consumo que contienen ingredientes nutritivos como el aumento de fibras, vitaminas, minerales, fitoquímicos o aditivos de alimentos funcionales.	Pág. 46. El dato compañía es de 6,77% del volumen de ventas es con vitaminas, minerales y agregados nutricionales. La apertura se podrá ver en el capítulo "Beneficio de Bebidas".		
		Políticas y prácticas en la comunicación a los consumidores sobre los ingredientes y la información nutricional más allá de los requerimientos legales.	Pág. 49 y 51.		
Etiquetado de los productos y servicios					



EY Chile
Avda. Presidente
Riesco 5435, piso 4,
Santiago

Tel: +56 (2) 2676 1000
www.eychile.cl

Informe de Verificación Limitada Independiente del Informe de Sostenibilidad de Coca Cola Andina S.A. 2016.

Señores
Presidente y Directores
Embotelladora Andina S.A. (Coca Cola Andina S.A.)
Presente

Alcance

Hemos efectuado una verificación limitada e independiente de los contenidos de información y datos presentados en el Informe de Sostenibilidad 2016 de Coca Cola Andina.

La preparación de dicho Informe es responsabilidad de la Administración de Coca Cola Andina S.A. Asimismo, la Administración de Coca Cola Andina S.A. también es responsable de la información y las afirmaciones contenidas en el mismo, de la definición del alcance del informe y de la gestión y control de los sistemas de información que hayan proporcionado la información reportada.

Estándares y procedimientos de verificación

Nuestra revisión fue efectuada de acuerdo a la norma de verificación internacional para auditorías de información no financiera ISAE 3000, establecida por el International Auditing and Assurance Board de la International Federation of Accountants, la Guía para la elaboración de Reportes de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G4 y su respectivo suplemento sectorial para la industria alimenticia (G4 Sector Disclosures, Food Processing).

Nuestros procedimientos fueron diseñados con el objeto de:

- ▶ Verificar que la información y los datos presentados en el Informe de Sostenibilidad de Coca Cola Andina 2016 estén debidamente respaldados por evidencias.
- ▶ Determinar que Coca Cola Andina S.A. haya elaborado su Informe de Sostenibilidad 2016 conforme a los indicadores de desempeño y los principios de la Guía GRI en su versión G4 y su suplemento sectorial para la industria alimenticia (G4 Sector Disclosures, Food Processing).
- ▶ Confirmar el nivel de aplicación declarado por Coca Cola Andina S.A. a su Informe de Sostenibilidad 2016, según la guía G4.

Procedimientos realizados

Nuestra labor de verificación consistió en la indagación con representantes de la Dirección, Gerencias y Unidades de Coca Cola Andina S.A., involucradas en el proceso de elaboración del Informe, así como en la realización de otros procedimientos analíticos y pruebas de muestreo tales como:

- ▶ Entrevistas a personal clave de Coca Cola Andina S.A. a objeto de evaluar el proceso de elaboración del Informe de Sostenibilidad 2016, la definición de su contenido y los sistemas de información utilizados.
- ▶ Revisión de la documentación de respaldo proporcionada por Coca Cola Andina S.A.
- ▶ Revisión de fórmulas y cálculos asociados a información cuantitativa mediante re-proceso de datos.
- ▶ Revisión de la redacción del Informe 2016 a objeto de asegurar que no induzca a error o duda respecto a la información presentada.

Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad se limita exclusivamente a los procedimientos mencionados en el párrafo anterior, correspondientes a una verificación de alcance limitado, la cual sirve de base para nuestras conclusiones. No aplicamos procedimientos de verificación extendidos, cuyo objeto es expresar una opinión de verificación externa sobre el Informe de Sostenibilidad de Coca Cola Andina S.A. 2016. En consecuencia, no expresamos opinión.

Conclusiones

Sujetos a las limitaciones del alcance, señaladas anteriormente, y basados en nuestro trabajo de verificación limitada independiente del Informe de Sostenibilidad 2016 de Coca Cola Andina S.A., concluimos que no ha llegado a nuestro conocimiento ningún aspecto que nos haga pensar que:

- ▶ La información y los datos publicados en el Informe de Sostenibilidad 2016 de Coca Cola Andina S.A. no están presentados de forma correcta.
- ▶ El Informe de Sostenibilidad 2016 de Coca Cola Andina S.A. no haya sido elaborado en conformidad con la versión 4 de la guía para la elaboración de Reportes de Sostenibilidad del GRI, y su suplemento sectorial para la industria alimenticia (G4 Sector Disclosures, Food Processing).
- ▶ La opción "Exhaustiva" declarada por Coca Cola Andina S.A. no cumple con los requisitos para tal nivel de acuerdo a lo establecido en la guía de aplicación GRI versión G4.

Recomendaciones de mejora

Sin que incidan en nuestras conclusiones con base en el alcance limitado de la verificación; hemos detectado ciertas oportunidades de mejora al Informe de Sostenibilidad 2016 de Coca Cola Andina S.A. Estas oportunidades de mejoras se detallan en un informe de recomendaciones separado, presentado a la Administración de Coca Cola Andina S.A.

Saludamos atentamente a usted,

EY Consulting SpA.


Alejandra Medina Ginepro,
Líder de Sostenibilidad Chile
20 de marzo de 2017
I-00354/17

Nos interesa su opinión

Para nosotros es importante contar con su opinión para mejorar nuestra gestión de la sustentabilidad.

Lo invitamos a hacernos llegar sus sugerencias, dudas o cualquier comentario vinculado a este Reporte de Sustentabilidad o nuestro trabajo en Coca-Cola Andina al correo: andina.ir@koandina.com, como a las oficinas de nuestras operaciones.

Para mayor información sobre este Reporte o para ver nuestros reportes anteriores ingresar en: www.koandina.com



Identificación de la Sociedad

Embotelladora Andina S.A.
Sociedad Anónima Abierta
RUT: 91.144.000-8
Domicilio: Miraflores 9153, Comuna de Renca, Santiago de Chile.

Oficina Corporativa

Av. Miraflores 9153, piso 7, Renca. Santiago de Chile.
Tel. (56 2) 2338 0520
www.koandina.com

* * *

Argentina

Ruta Nacional 19 – Km 3,7. Córdoba.
(54 351) 496 8800

Brasil

Rua Andre Rocha 2299. Taquara Jacarepaguá, Río de Janeiro.
(55 21) 2429 1530

Chile

Av. Miraflores 9153, Renca. Santiago de Chile.
(56 2) 2462 4286

Paraguay

Acceso Sur Km 3,5. San Lorenzo, Paraguay.
(595 21) 959 1000

Coordinación General:

Cecilia Abati y Consuelo Barrera.

Colaboración:

Carolina Losicer, Sandra Esteves, Valentina Meza Sánchez, Paula Vicuña, Andrés Chamme, Juan Antonio Miranda, Sheila Chiriani Candia, Maximiliano Díaz Muzio; Graciela Cegla; Dolores Irarrazaval; Rodrigo Ruiz Valencia; Carolina Venegas Sandoval; Marcos Jeronimo Mercado; Carolina Novoa Concha; Neiva Fatima Vieira da Costa; Viviana Ribeiro Carmelini.

Asistencia en redacción:

Natalia Guantay.

Diseño

www.negro.cl

Coca-Cola **ANDINA**