



**INFORME ANUAL**  
2016

01

## QUIÉNES SOMOS

- Carta a los Accionistas
- Acerca de Lala
- Logros Lala
- Ventas por segmento
- Crecimiento Lala

02

## NUESTRO MODELO DE SUSTENTABILIDAD

- Estrategia sustentable
- Relación con grupos de interés

03

## LALA TE CUIDA PARA CRECER CONTIGO

- Creemos en un mundo de posibilidades
- Creemos en un mundo natural
- Creemos en un mundo integral
- Creemos en un mundo en equilibrio

04

## GOBIERNO CORPORATIVO

- Fortalecemos nuestros principios
- Asociaciones y cámaras
- Consejo de Administración
- Información sobre la Acción
- Declaraciones a futuro
- Contacto e información a inversionistas

05

## ACERCA DE ESTE INFORME

- Materialidad

06

## ÍNDICE GRI



# 01

## CARTA A LOS ACCIONISTAS

2016 fue un año de importantes retos dada nuestra exposición al tipo de cambio sin embargo, Grupo Lala logró consolidar resultados sólidos, expandir su presencia geográfica e invertir en la preparación del negocio para el crecimiento futuro.

**D**urante 2016, desarrollamos capacidades internas en planeación, compras y logística, lo que nos permitió generar eficiencias y disminuir impactos en nuestros márgenes, también realizamos importantes inversiones en la expansión de nuestra presencia internacional, con la adquisición del negocio “La Perfecta” en Nicaragua y el acuerdo de distribución alcanzado con Florida Bebidas en Costa Rica, incrementando así nuestra presencia en Centroamérica. Asimismo, con la adquisición del portafolio de marcas y productos de valor agregado en Estados Unidos, entramos al mercado de lácteos más grande del mundo.

Durante el año, las adquisiciones fuera de México diluyeron el desempeño a nivel consolidado de Grupo Lala. Esperamos una mejora en los resultados de estos negocios durante 2017.

## INVERSIONES

De enero a diciembre de 2016, se realizaron inversiones de capital por 2,863 millones de pesos, de los cuales el 73.0% se destinó a incrementar capacidades en propiedad, fábrica y equipo, principalmente.

## RESULTADOS

- » Las ventas netas incrementaron 11.0% en comparación con 2015, pasando de 48,183 millones de pesos a 53,468 millones de pesos, de los cuales 6.7% son atribuibles al crecimiento orgánico, mientras que las adquisiciones aportaron el 4.3% restante.
- » Durante 2016, la utilidad bruta creció en 7.6%, por debajo del 11.0% de crecimiento en ventas netas. Lo anterior, debido a la creciente inflación en el costo de materias primas, la cual no pudo ser compensada con incrementos de precio.
- » La utilidad de operación presentó una disminución de 7.0%, la cual se explica por la consolidación de cinco meses de operación del negocio de Estados Unidos, gastos inesperados de integración del negocio de Centroamérica, así como inflación de gastos en México, por encima del incremento en la utilidad bruta.
- » Como consecuencia de lo anterior, el EBITDA del año 2016, creció 0.7% para llegar a 6,861 millones de pesos. A su vez, el margen EBITDA decreció 130 puntos base, de 14.1% a 12.8%.

Durante 2016 la utilidad neta consolidada aumentó 243 millones de pesos para cerrar en 4,193 millones de pesos, o 6.2% arriba del año pasado.



## 01

## INNOVACIÓN

Fortalecer nuestro portafolio de productos a través de la innovación es una prioridad estratégica. En 2016 innovamos a través del lanzamiento de nuevos productos, funcionalidades y nuevas presentaciones, con lo que logramos impulsar el consumo de lácteos en México y satisfacer la demanda de más consumidores.

**Entre los lanzamientos más importantes del 2016, se encuentran:** nuestra línea de LALA 100® en sus diferentes presentaciones, que superó nuestras expectativas e impulsó el crecimiento de la categoría de leche fresca en México. También realizamos el lanzamiento de Yoghurt Batido Deslactosado, Yoghurt Batido LALA Semillas® y Queso Panela bajo la marca NutriLeche®.

## USO DE CAPITAL

Realizamos inversiones dedicadas a optimizar nuestras capacidades de producción, así como el desarrollo de procesos que nos permitieron encontrar mayores eficiencias en nuestra estructura de distribución y administración. Lo anterior nos permitirá hacer frente a los retos futuros y asegurar un modelo de negocio con crecimiento sostenido.

## SUSTENTABILIDAD

En 2016, continuamos difundiendo nuestra cultura entre los grupos de interés con los que nos relacionamos, con el objetivo de lograr un equilibrio sustentable al interior y exterior de Grupo Lala. Alineados a nuestro Modelo de Sustentabilidad Lala y de acuerdo con la información científica disponible que respalda los esfuerzos globales, actuamos de manera local y coordinada en nuestras operaciones, con clientes y proveedores para la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero y de nuestra huella hídrica.

Como resultado de nuestros trabajos en los ejes Ambiental, Social y Gobierno Corporativo, en febrero pasado, Lala ingresó al IPC Sustentable, posicionándose como una de las 30 empresas del mercado mexicano con las mejores prácticas en temas de Sustentabilidad y Responsabilidad Social.

Agradecemos a nuestros colaboradores, clientes, socios, consejeros y accionistas por la confianza brindada durante 2016. El 2017 se presenta como un año de nuevas oportunidades, y estamos seguros que nuestro equipo de colaboradores en México, Estados Unidos y Centroamérica seguirán enfocándose en las necesidades de nuestros consumidores, así como en la creación y distribución de valor para todos nuestros grupos de interés.

**Eduardo Tricio Haro**  
Presidente del Consejo  
de Administración

**Scot Rank**  
Director General



01



# QUIÉNES SOMOS

Somos una empresa mexicana enfocada en alimentos saludables y nutritivos. Nos especializamos en la producción, innovación, comercialización y distribución de productos lácteos y sus derivados; siempre buscando contribuir con el bienestar de nuestros consumidores con productos de la más alta calidad.



# 01

## NUESTRA FILOSOFÍA

[G4-56]

Lala se fundó con base en la austeridad y la perseverancia, con el propósito de crecer produciendo alimentos saludables. Estos valores de nuestros fundadores siguen vivos después de casi siete décadas.

### VISIÓN

Nuestra visión es:

“Ser la empresa preferida de lácteos en América”

Lo que reafirma nuestra convicción de seguir creciendo con alimentos saludables e incrementar nuestra presencia en el continente.

### MISIÓN

Nuestra misión es:

“Alimentar tu vida es nuestra pasión”

Esta misión expresa nuestra razón de ser y manifiesta lo mejor que somos como Compañía.

### ¿CÓMO LO HACEMOS?

- » Con productos frescos, naturales y de la más alta calidad.
- » Innovando de manera disruptiva para cuidarte y facilitarte el día a día.
- » Con un equipo capaz, comprometido con tu salud y tu crecimiento.



## NUESTROS VALORES

Definimos 6 valores consistentes con nuestro origen y nuestros sueños. Con ellos guiamos nuestro comportamiento y decisiones. Son un símbolo de identidad que nos identifican como colaboradores Lala.

### AGILIDAD | Llegamos primero

Capacidad de responder con rapidez, flexibilidad, innovación y destreza, manteniendo siempre una actitud positiva.

### INTEGRIDAD | Hacemos lo correcto siempre

Congruencia entre pensar, decir y hacer. Actuando con respeto en cualquier circunstancia.

### TRABAJO EN EQUIPO | Somos un equipo

Reconocer que juntos somos mejores, construyendo una relación de largo plazo con reciprocidad.

### CALIDAD | Lala te cuida

Crear con excelencia. Cuidando todos los detalles y preferencia de nuestros clientes.

### AUSTERIDAD | Cuidamos a Lala

Ser humildes, actuando con sencillez y con facilidad de trato.

### RESULTADOS | Nos comprometemos con los mejores resultados

Capacidad de obtener los mejores logros, siempre.



01

**INFRAESTRUCTURA PRODUCTIVA**

[G4-5, G4-6, G4-8, G4-9]



**GLOBAL**

**22**  
fábricas



**MÉXICO**

**14**  
fábricas



**CENTROAMÉRICA**

**5**  
fábricas



**ESTADOS UNIDOS**

**3**  
fábricas



**166**  
centros de distribución

**154**  
centros de distribución

**12**  
centros de distribución

**+7,000**  
rutas de reparto

**+6,700**  
rutas de reparto

**+250**  
rutas de reparto

**+34,000**  
colaboradores

**+32,000**  
colaboradores

**+2,000**  
colaboradores

**350**  
colaboradores



# RESULTADOS/ LOGROS

## LALA

Entregamos diariamente un vaso de leche Lala a más de **34 mil niños** en situación vulnerable.



Lala y NutriLeche son reconocidas como las marcas más elegidas por los consumidores mexicanos.



Mantenemos un índice de **menos de una reclamación por cada millón de piezas fabricadas**.



**96%** de nuestros proveedores son de origen nacional.



**+1.9 millones de horas** invertidas en capacitación.



**17 fábricas** certificadas con estándares internacionales de calidad.



**\$247.6 millones de pesos** invertidos en la renovación de unidades de la red de distribución primaria y reparto.



Somos una de las cinco empresas que más capital invierte en el aspecto social en México.



Reducción de **54.36 a 36.37 g CO<sub>2</sub> eq/kg de producto** en nuestra red de distribución primaria y secundaria.



Apoyamos a más de mil estudiantes de 8 escuelas de la red SER México que ofrece excelencia académica gratuita a comunidades en desventaja.



**+540 mil personas** son beneficiadas mensualmente a través de Fundación Lala.



Reducción de **22.81 a 16.81 g CO<sub>2</sub> eq/kg de producto** en nuestras fábricas.



01

VENTAS POR SEGMENTO



5.7%

**BEBIDAS Y OTROS**



31.0%

**DERIVADOS LÁCTEOS**



63.3%

**LECHES**



**CRECIMIENTO LALA**

- 11.0% Crecimiento de 11.0% en nuestras Ventas Netas finalizando en \$53,468 millones de pesos.
- 51 51 mdp de expansión en EBITDA<sup>(2)</sup> finalizando en \$6,861 millones de pesos.
- 6.2% Incremento de 6.2% en La Utilidad Neta Consolidada cerrando en \$4,193 millones de pesos.



## DESEMPEÑO EN CIFRAS

[G4-EC1]

### ESTADO DE RESULTADOS<sup>(1)</sup>

	Crecimiento	2016	%	2015	%
Ventas Netas	10.97%	\$53,468	100.00%	\$48,183	100.0%
Utilidad Bruta	7.62%	\$20,295	37.96%	\$18,858	39.1%
Utilidad de Operación	-6.95%	\$5,248	9.82%	\$5,640	11.7%
EBITDA <sup>(2)</sup>	0.74%	\$6,861	12.8%	\$6,810	14.1%
Utilidad Neta Consolidada	6.15%	\$4,193	7.84%	\$3,950	8.2%

### POSICIÓN FINANCIERA<sup>(1)</sup>

		2016	%	2015	%
Activo Total	18.4%	\$ 40,832.00	100.0%	\$ 34,474.00	100.0%
Efectivo	-46.6%	\$ 4,266.00	10.4%	\$ 7,985.00	23.2%
Pasivo a largo plazo	-22.4%	\$ 1,588.00	3.9%	\$ 2,047.00	5.9%
Capital Contable Mayoritario	13.0%	\$ 28,987.00	71.0%	\$ 25,643.00	74.4%

### DATOS BURSÁTILES<sup>(3)</sup>

		2016		2015	
Precio de la Acción	-24.9%	\$ 30.07	-	\$ 40.07	-
Utilidad de la Acción	5.7%	\$ 1.67	-	\$ 1.58	-
Dividendo por Acción	0.0%	\$ 0.54	-	\$ 0.54	-
Valor en Libros por Acción	11.2%	\$ 10.98	-	\$ 9.87	-
Acciones en Circulación (millones)	0.0%	2,474.43	-	2,474.43	-

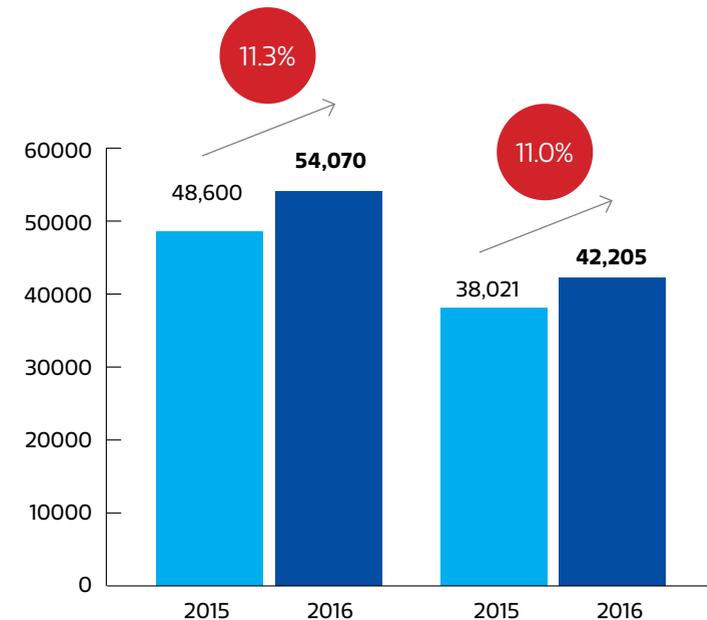
### OPERACIÓN

		2016		2015	
Colaboradores <sup>(3)</sup>	2.76%	34,884	-	33,944	-
Valor Económico Generado <sup>(1)(4)</sup>	11.3%	\$54,070.00	-	\$48,600.00	-
Valor Económico Distribuido <sup>(1)(5)</sup>	11.0%	42,205	-	\$ 38,021.00	-

## CREACIÓN DE VALOR

### VALOR ECONÓMICO GENERADO<sup>(4)</sup>

### VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO<sup>(5)</sup>



**\$110.7 mdp** (23.3%)<sup>(6)</sup>  
 volumen de operación promedio diario de LALA B  
 Rendimiento de la Emisora en 2016

<sup>(1)</sup> Resultados y Posición Financiera en millones de pesos nominales y bajo las normas IFRS.

<sup>(2)</sup> EBITDA se define como utilidad de operación antes de la depreciación y amortización.

<sup>(3)</sup> Al cierre de cada año.

<sup>(4)</sup> Ingresos Netos+ingresos por productos financieros+venta de activos+otros productos.

<sup>(5)</sup> Costo de Ventas+salarios+prestaciones de los trabajadores +capacitación+otros gastos +impuestos+dividendos+pago de intereses+inversiones en la comunidad.

<sup>(6)</sup> El rendimiento de la acción incluye el pago de dividendo por \$0.51 pesos por acción.



01

## CERTIFICACIONES Y RECONOCIMIENTOS



Contamos con 17 Fábricas certificadas por GFSI (*Global Food Safety Initiative*).

## CERTIFICACIONES

### COFEPRIS

Obtuvimos 15 certificados de Libre Venta ante COFEPRIS para exportación a Guatemala.

### SENASICA y el Ministerio de Salud de Guatemala

Certificado para exportación de producto terminado, así como certificado de libre venta ligado a certificado por buenas prácticas.

### Federación Mexicana de Diabetes

Por noveno año consecutivo recibimos el aval para dieciséis productos.

### KOSHER

Certificación que se otorga a productos elaborados con ingredientes de origen natural entregado por la comunidad judía.

### Safe Quality Food Nivel II Inocuidad 2016

Obtuvimos la recertificación del Sistema de Calidad "SQF Nivel II Inocuidad" en 11 fábricas lácteas en México. Nuestras tres fábricas en Estados Unidos gozan también de este reconocimiento.

### SQF Nivel III Inocuidad y Calidad

Envases Elopak y Tecnopak de La Laguna mantienen la certificación SQF "Nivel III Inocuidad y Calidad" para empaques plásticos y de cartón.

### FSSC 22000 de Calidad e Inocuidad

Nuestra Planta San Ramón en Costa Rica mantiene su certificación FSSC 22000 de calidad e inocuidad.

### IBD y Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)

Nuestro proveedor Compañía Industrial Aceitera Coto Cincuenta y Cuatro S.A. cuenta con esta certificación con la cual asegura que su aceite de palma procede de recursos sostenibles.

### Industria Limpia

4 fábricas certificadas como Industria Limpia ante auditoría de Profepa.



# 01

## CERTIFICACIONES Y RECONOCIMIENTOS

### RECONOCIMIENTOS

#### Centro Mexicano para la Filantropía

Obtuvimos el Distintivo como Empresa Socialmente Responsable por décimo tercer año consecutivo.

#### Transporte Limpio

Recibimos nuevamente un reconocimiento por parte de SEMARNAT por nuestro desempeño ambiental en el Programa Transporte Limpio.

#### Revista Forbes México

La Revista Forbes México posicionó a Grupo Lala en el séptimo lugar del *ranking* 40 Firmas con alto compromiso ambiental.

#### Revista Expansión

La Revista Expansión colocó a Lala en la cuarta posición del *ranking* de las Empresas más responsables de México por su activa participación en actividades voluntarias, relaciones con la comunidad y una efectiva gestión ambiental.

#### Brand Footprint México 2016

Lala® se encuentra en el segundo lugar en el *ranking* de marcas mexicanas más elegidas, llegando al 97.7% de los hogares mexicanos. En cuarto lugar, se encuentra NutriLeche.

#### Rep Trak México 2016

Ocupamos el lugar 13 del *ranking* de las 50 empresas con mejor reputación en México.



#### Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERC) 2015

Ocupamos el lugar 15 entre las cien empresas de mayor reputación en México.

#### Asociación Nacional de Transporte Privado

La Asociación Nacional de Transporte Privado premió a Lala por contar con las mejores prácticas de Seguridad Vial gracias a la participación de nuestros colaboradores.

#### Revista CIO / Infoworld México

Como una de las organizaciones que utilizan las Tecnologías de la Información de forma innovadora para agregar valor al negocio “todos bajo una nube colaborativa”.

#### Centro Latinoamericano de Responsabilidad Social (CLARES)

La Universidad Anáhuac seleccionó a Grupo Lala para ser galardonada con el Premio del Centro Latinoamericano de Responsabilidad Social (CLARES) 2016 en la categoría de empresa.

#### Centro de Competitividad México

Obtuvimos un diploma por las Pymes desarrolladas, así como un reconocimiento a nuestros instructores que impartieron los diplomados.

#### Red de Vinculación Laboral y Club Rotario de Torreón

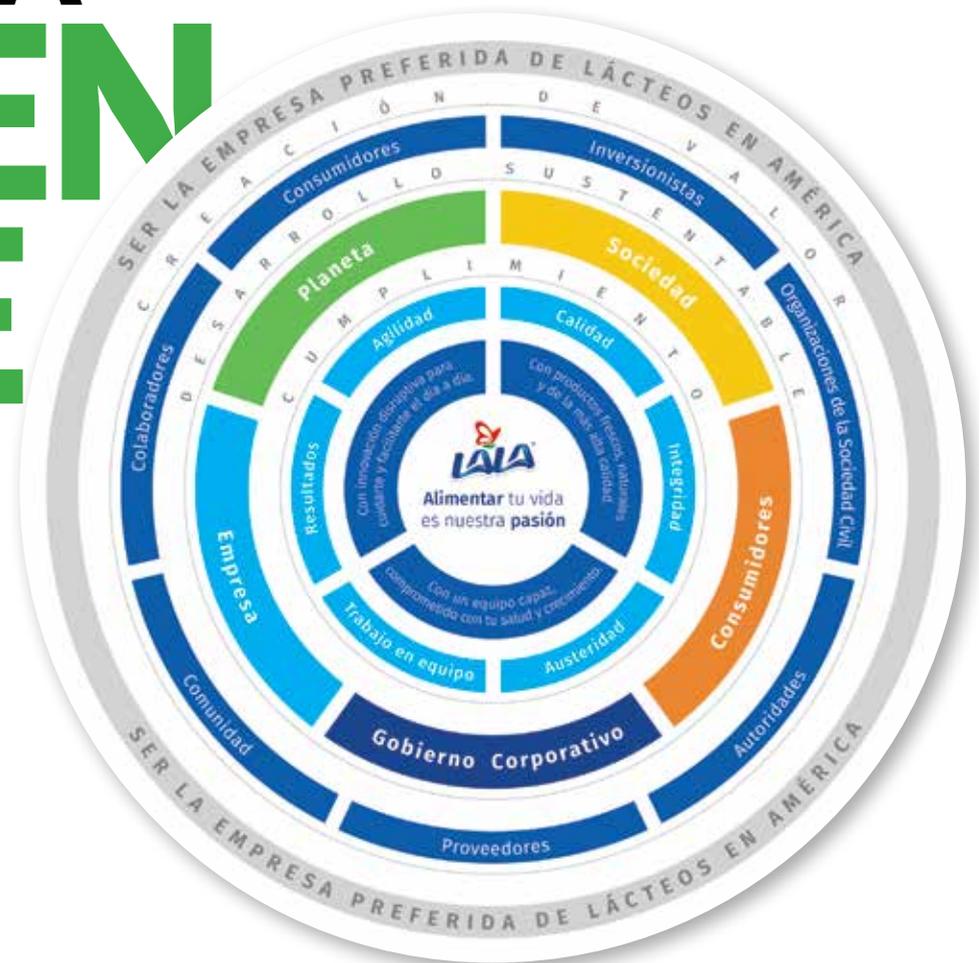
La Red de Vinculación Laboral y el Club Rotario de Torreón reconocieron a Lala por su Programa de Inclusión Laboral.



02

# NUESTRO MODELO DE SUSTENTABILIDAD / ESTRATEGIA SUSTENTABLE

A lo largo del 2016, continuamos con la política de difundir nuestra filosofía entre los grupos de interés con los que nos relacionamos, con el objetivo de lograr un equilibrio sustentable al interior y al exterior de Lala. El modelo representa los pasos a seguir para continuar creciendo con una estructura integral y obtener resultados sólidos.



# 02

## RELACIÓN CON GRUPOS DE INTERÉS

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

Uno de nuestros principales objetivos es aportar valor para los grupos de interés con quienes nos relacionamos, mediante diversos canales de comunicación que facilitan las relaciones de diálogo y confianza. Esta dinámica nos permite tener conocimiento de sus necesidades y expectativas, lo cual crea oportunidades para el desarrollo de la empresa.

### GRUPOS DE INTERÉS

GRUPO DE INTERÉS	EXPECTATIVAS	INICIATIVAS	CANALES DE COMUNICACIÓN	FRECUENCIA DE CONTACTO
<b>Clientes</b>	Mantener abasto, precio de mercado, máxima calidad y frescura	Aumentar redes logísticas, operaciones productivas y eficiencia en uso de recursos	Personal, telefónica y página web	Diaria
<b>Accionistas</b>	Rentabilidad y crecimiento	<i>Call conference.</i> Principio de Transparencia. Porcentajes de participación accionaria	Personal y reuniones periódicas	Diaria, mensual, trimestral y anual
<b>Proveeduría</b>	Relación de largo plazo y trato justo	Programa de Desarrollo y Aprobación a Proveedores. Evaluación. Centro de Competitividad México (desarrollo y vinculación)	Personal, reuniones y congresos	Diaria
<b>Colaboradores</b>	Visión compartida, cultura Lala, aprendizaje y cambio, reconocimiento e información institucional	Comité de compensaciones Universidad Lala Programa de becarios Comités de seguridad Capacitación Inclusión laboral Modelo de liderazgo Evaluación del desempeño	Personal, reuniones, medios internos de comunicación impresos y digitales (Revista Así Somos, Murales de Ventas y Operaciones, Lala Comunica, Boletines). Encuesta de clima laboral. Foro Lala. Sindicato	Diaria, mensual, bimestral y trimestral



# 02

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

GRUPO DE INTERÉS	EXPECTATIVAS	INICIATIVAS	CANALES DE COMUNICACIÓN	FRECUENCIA DE CONTACTO
<b>Consumidores</b>	Satisfacción en compra y consumo de nuestros productos. Gran experiencia de marca. Máxima calidad y frescura	Amplia gama e innovación de productos saludables y nutritivos que satisfagan sus necesidades	Personal, telefónica, medios masivos e internet (web, redes sociales, <i>mobile</i> )	Diaria
<b>Comunidad</b>	Contribuir conectados para el bien común en las localidades donde operamos	Fundación Lala. Inversión social. Programas de Reforestación. Maratón Internacional Lala	Reunión con líderes y actores sociales, medios de comunicación	Diaria
<b>Autoridades</b>	Respeto del marco jurídico normativo y alianza en causas comunes	Cumplimiento de obligaciones, participación y diálogo constante	Personal, reuniones y convocatorias específicas. En representación directa de la empresa o como parte de una organización de representación	Mensual y trimestral



03

# LALA TE CUIDA / PARA CRECER CONTIGO

## Nuestro propósito es alimentar tu vida.

Te compartimos aquello en lo que creemos y cómo estamos trabajando para cuidarte, como ayer lo hicimos con tus abuelos y mañana lo haremos con las nuevas generaciones.



CREEMOS EN  
UN MUNDO DE  
POSIBILIDADES



CREEMOS  
EN UN MUNDO  
NATURAL



CREEMOS  
EN UN MUNDO  
INTEGRAL



CREEMOS  
EN UN MUNDO  
EN EQUILIBRIO



03



## CREEMOS EN UN MUNDO DE POSIBILIDADES

### TALENTO LALA [G4-10, G4-LA12]

En Lala tenemos la convicción de que nuestro personal es la base del éxito, por ello uno de nuestros grandes compromisos es impulsar su desarrollo y conformarnos como un lugar preferido para trabajar.

### NÚMERO DE COLABORADORES

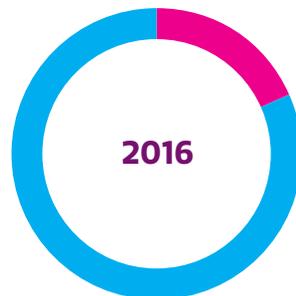


	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
2015	27,735	6,209	33,944
2016*	28,519	6,365	34,884

\*Del total de colaboradores 2.3% cuentan con un contrato eventual. Adicionalmente 7,045 están contratados a través de *outsourcing*. El 75% de nuestros colaboradores en México cuentan con un contrato colectivo de trabajo.

81.7%  
hombres

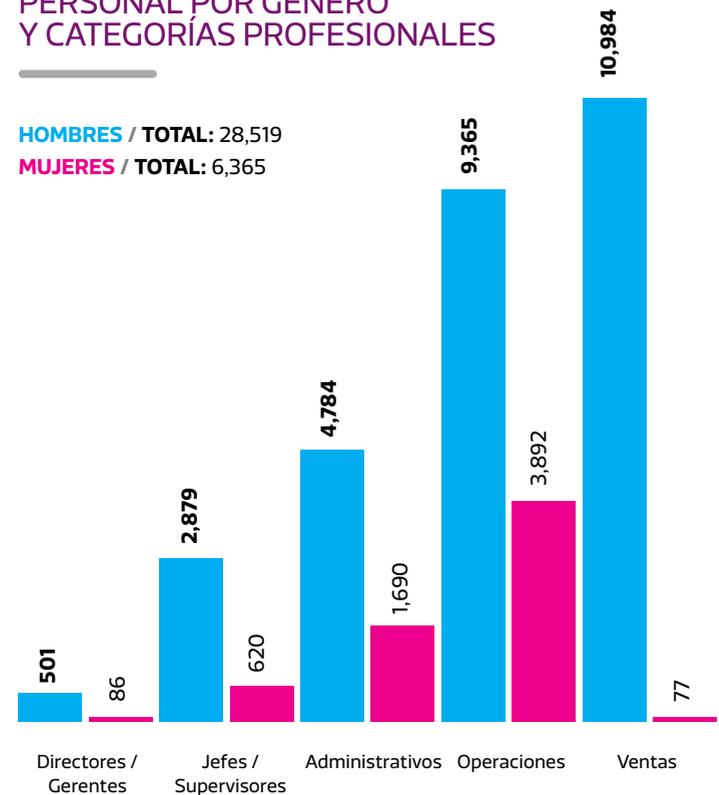
18.3%  
mujeres



### PERSONAL POR GÉNERO Y CATEGORÍAS PROFESIONALES

HOMBRES / TOTAL: 28,519

MUJERES / TOTAL: 6,365



03

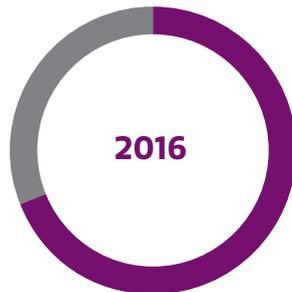
**PERSONAL POR  
CONVENIOS COLECTIVOS\***



**34,884**  
total de colaboradores

**30%**  
no sindicalizados

**70%**  
sindicalizados



**DESARROLLO DE NUESTRO PERSONAL**

[G4-LA9, G4-LA10, G4-LA11]

En Lala buscamos desarrollar las carreras de las personas talentosas, es por eso que contamos con programas orientados a evaluar el desempeño, el logro de resultados, así como brindarles la formación para su desarrollo óptimo, tanto profesional como social.



**CUIDAMOS  
A QUIENES  
TRABAJAN  
PARA  
CUIDARTE**

\*En Centroamérica no existen sindicatos.



# 03

## UNIVERSIDAD LALA

En la Universidad Lala impulsamos el crecimiento de cada persona a través del aprendizaje y el desarrollo de nuevas habilidades.



**128,973**  
eventos  
de capacitación

**1.9 millones**  
de horas  
de capacitación

**29,548**  
participantes

**45.9 millones**  
de pesos invertidos

Categorías profesionales	Número de personas capacitadas	Número de horas dedicadas a la capacitación	Promedio de horas de capacitación por persona
Directores/Gerentes	326	38,989.10	119.5984663
Jefes/Supervisores	2,618	142,224.65	54.32568755
Administrativos	3,252	117,355.85	36.08728475
Operaciones	10,802	545,095.55	50.46246528
Ventas	10,170	1,108,149.50	108.962586
Externo*	111	19,771.50	178.1216216
<b>Total</b>	<b>27,279</b>	<b>1,971,586.15</b>	<b>72.27486895</b>

\* Incluye proveedores, universidades, practicantes, familiares de personal, entre otros.

### Centroamérica

#	Zona/filial	Plantilla	Horas de capacitación	Promedio de horas de capacitación por persona
1	Guatemala	526	11,046	21
2	Nicaragua	1,743	19,173	11
<b>Totales Centroamérica</b>		<b>2,269</b>	<b>30,219</b>	<b>13.3</b>

## EVALUAMOS EL DESEMPEÑO

En 2016 realizamos el proceso de administración del desempeño para toda la plantilla administrativa de Grupo Lala en México y Centroamérica.

**5,101**  
Personas  
evaluadas

**37 años**  
la edad promedio



**3,845**  
hombres

**1,256**  
mujeres

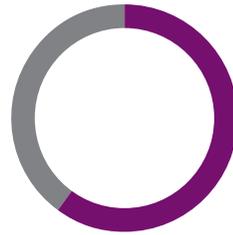


# 03



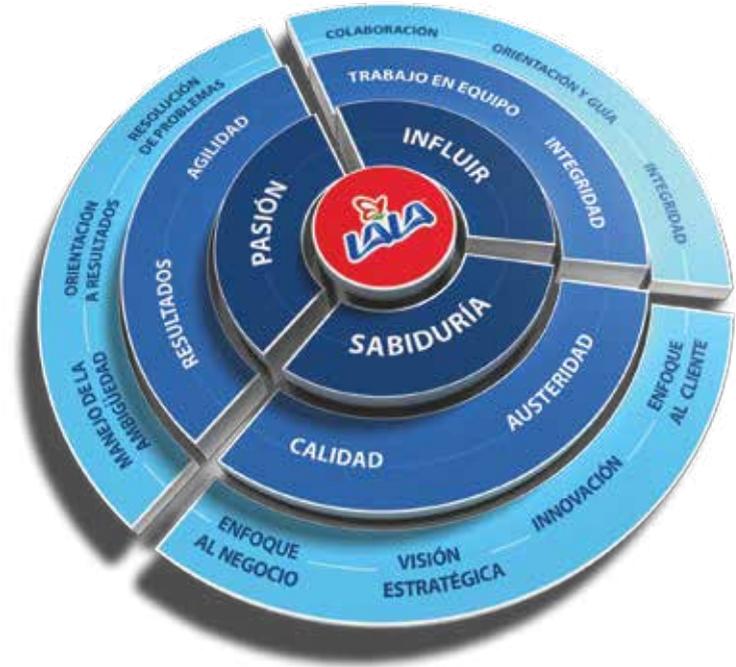
## DESPEGA CON LALA

En Lala contamos con un programa de becarios que integra talento joven que realiza sus prácticas profesionales en proyectos clave en fábricas, áreas comerciales y oficinas corporativas, con el respaldo de un tutor y apoyo financiero.



40%  
estudiantes  
de escuelas  
privadas

60%  
estudiantes  
de escuelas  
públicas



## MODELO DE LIDERAZGO LALA

Estamos trabajando en la formación de líderes con el Modelo de Liderazgo Lala para el desarrollo de habilidades y aptitudes que nos permitan contar con las personas correctas en las posiciones de mando.

Fomentamos en nuestros líderes una cultura de diálogo, lo que favorece a mantener un clima laboral óptimo.

### Las competencias fundamentales que se manejan en este Modelo son:

- » Orientación a resultados
- » Resolución de problemas
- » Colaboración
- » Integridad
- » Enfoque al cliente
- » Enfoque al negocio



# 03



## INCLUSIÓN LABORAL

Trabajamos bajo el Modelo de Igualdad Lala con iniciativas de inclusión laboral e igualdad de género.

En 2016 nos adherimos formalmente a la iniciativa “Éntrate” que busca la inclusión laboral de personas con discapacidad, donde participamos como empresa socia y fundadora.

- » Generamos más apertura en las contrataciones, haciendo uso de lenguaje incluyente en la postulación de vacantes en área corporativa y en área administrativa.
- » Hemos realizado una revisión de políticas y procesos, para establecer un lenguaje incluyente y eliminar estereotipos.
- » Realizamos análisis de accesibilidad en 4 fábricas en donde se contratan personas con discapacidad.

Cerramos el 2016 con el 1% de nuestra plantilla con algún tipo de discapacidad en los centros de trabajo que cuentan con el Programa de Inclusión Lala.



# 03



## LA SEGURIDAD DE NUESTRO EQUIPO ES PRIMORDIAL

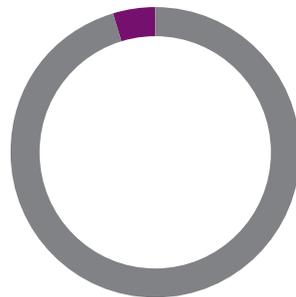
[G4-LA5, G4-LA8]

Valoramos a cada colaborador, es por eso que cuidamos su salud y su seguridad manteniendo un lugar de trabajo adecuado, contando con comités de seguridad y capacitándolos en materia de seguridad ocupacional.

### COMITÉS DE SEGURIDAD

- 190 Contamos con 190 Comités de Seguridad y Salud en el Trabajo.
- 230 Al término de 2016 tuvimos 230 Comisiones de Seguridad y Salud en el Trabajo.
- 14+17 14 fábricas y 17 Cedis ingresaron al Programa Autogestión de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS).

4.5% de la plantilla integra los comités de seguridad y comisiones de seguridad e higiene\*



### CAPACITACIÓN EN SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL

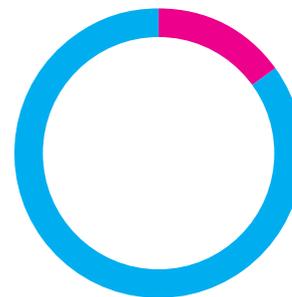
En 2016 culminamos el proceso de capacitación a nivel técnico avanzado para cubrir los procesos de Autogestión y Sistema Integrado de Gestión de Seguridad, higiene y salud. La capacitación de mantenimiento y seguimiento del sistema requirió de 44,937 horas.



85%  
hombres capacitados



15%  
mujeres capacitadas



### ACCIONES PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO DEL SISTEMA DE SEGURIDAD E HIGIENE

- » Llevamos a cabo dos **Semanas de Seguridad** cada año en nuestras fábricas, en donde impartimos capacitación a toda la plantilla y realizamos simulacros en materia de seguridad industrial.
- » Implementamos un programa que consta de avisos preventivos.
- » Trabajamos en el **Programa Cedis del Futuro** con el cual establecimos indicadores adicionales sobre los temas de salud y seguridad con los que debe cumplir cada Cedis Lala. El programa se realizó en los Cedis de mayor tamaño.
- » Nuestros indicadores correspondientes de desempeño en salud y seguridad están homologados con los parámetros del Índice Nacional de Accidentabilidad del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS).

\* No están contabilizadas las brigadas de emergencias.



03

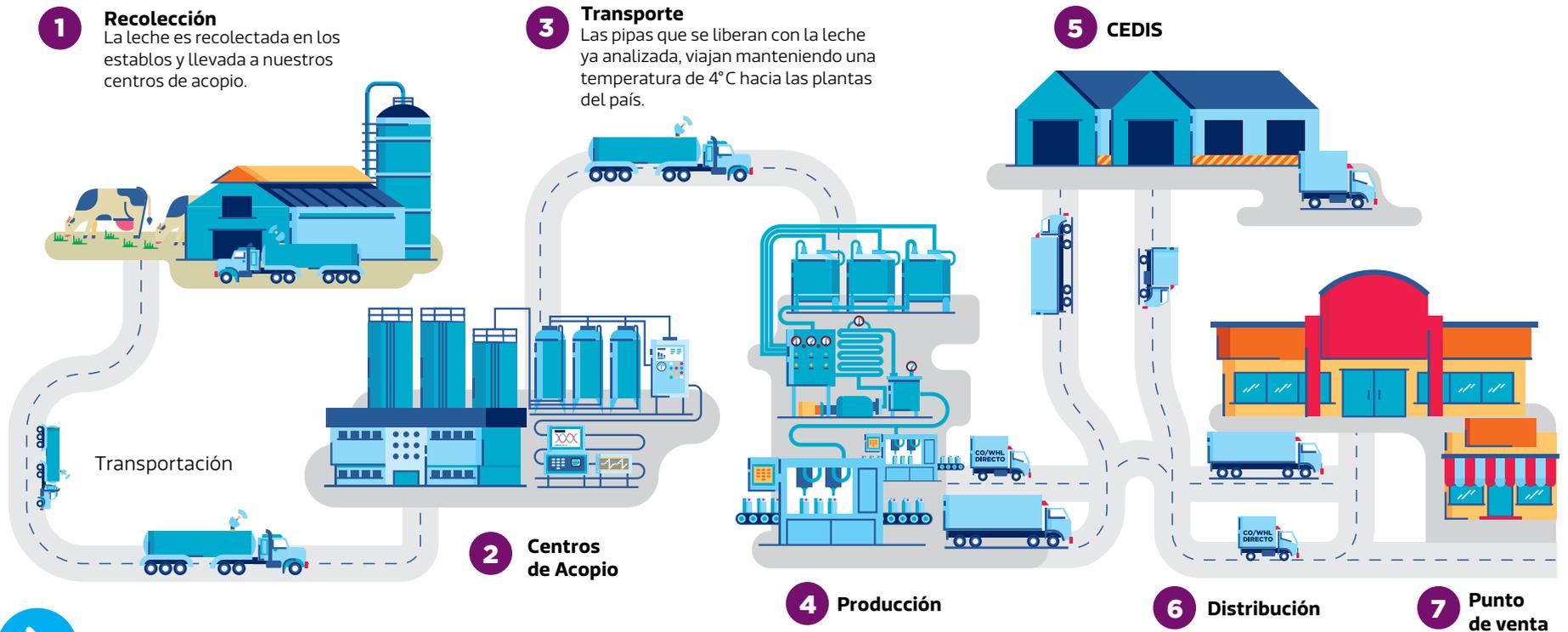


## CREEMOS EN UN MUNDO NATURAL

### CALIDAD Y PROVEEDURÍA

En Lala estamos comprometidos con seguir ofreciendo productos de la mejor calidad, por eso todos nuestros procesos cumplen con los más altos estándares nutricionales y de calidad, y son cuidados desde su origen.

#### PROCESO DE PRODUCCIÓN [G4-12, G4-PR1]



# 03



## PROVEEDURÍA

- » Compramos directamente a fabricantes.
- » Privilegiamos el uso de ingredientes naturales.
- » La proveeduría primaria cuenta con sistemas de calidad certificados.

## INGREDIENTES

- » Mediante un proceso de estandarización, garantizamos que los productos cuenten con los ingredientes y proporciones que se ofrecen a los clientes.

## DESARROLLO

- » Verificación del histórico de la evaluación de desempeño que realiza nuestra área de Calidad.
- » Gestión y comunicación necesaria para los ingredientes, procesos y productos para su elaboración.
- » Tratamiento térmico para productos pasteurizados y ultrapasteurizados.

## ASEGURAMIENTO DE CALIDAD

- » En Lala contamos con un sistema de calidad integral basado en plataformas de ingeniería proactiva, lo que nos permite fabricar productos de excelencia que cumplen con las expectativas de nuestros clientes. El sistema de calidad Lala se encuentra certificado y avalado por la iniciativa GFSI (*Global Food Safety Initiative*), sistema reconocido y aceptado a nivel global.

## EVALUACIÓN

Todos nuestros productos se someten a evaluación a lo largo de todo su proceso:



03



## CALIDAD DE NUESTROS PRODUCTOS

- » A través del cumplimiento de altos estándares nacionales e internacionales garantizamos la calidad de todos nuestros productos.
- » Mantenemos un índice de menos de una reclamación por cada millón de piezas fabricadas.
- » Para garantizar la calidad e inocuidad de nuestros productos nos apegamos a la Iniciativa Global de Inocuidad Alimentaria (GFSI) en la que 17 de nuestras fábricas están certificadas.
- » Contamos con un Programa de Desarrollo y Aprobación de Proveedores.

El 95% de nuestros proveedores de materia prima están inscritos en el programa de Desarrollo y Aprobación de Proveedores.

- » Con base en la NOM 251: "Prácticas de higiene para procesos de alimentos, bebidas o suplementos alimenticios" hemos implementado programas de calidad en nuestros Centros de Distribución.

La leche Lala es natural, desde su origen, lo que asegura la mejor calidad nutricional.



## PROCESO SIN ESTRÉS NI HORMONAS

Tenemos un compromiso con nuestros proveedores de leche, para evitar que se inyecte en sus vacas, la hormona STBr.

- » Una buena selección genética, en un ambiente libre de estrés, acompañado de una alimentación equilibrada y una ordeña higiénica, han permitido a los proveedores de Grupo Lala producir leche fresca y natural, de calidad internacional.



# 03

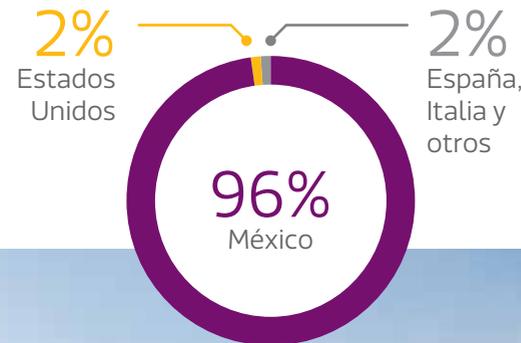


## PROVEEDURÍA

[G4-12]

En Lala estamos conscientes de la importancia que tiene la participación de nuestra proveeduría para alcanzar nuestras metas. Es por ello que trabajamos con quienes comparten nuestra filosofía, así como nuestra estrategia de sustentabilidad y realizan sus operaciones de manera ética.

De acuerdo al país de origen de nuestros proveedores, tenemos los siguientes porcentajes:



## EVALUACIÓN A PROVEEDURÍA

Realizamos una evaluación anual en función de criterios ambientales como son:

» **Automotriz:** disposición correcta de los materiales peligrosos, normatividad para la colocación de tanque de combustible.

Contamos con certificados IBD y RSPO que avalan la producción sustentable de aceite de palma utilizado en algunos productos.

» **Industrial:** revisión de documentación de acuerdo al giro de la proveeduría como cumplimiento de leyes y Normas Oficiales Mexicanas.

**Asimismo, solicitamos el cumplimiento de diversos factores éticos como es el tema de anticorrupción:** no regalos, fraude,

lavado de dinero, conflicto de intereses, entre otros; lo cual se regula a través de nuestro **Código de Conducta** que es firmado por los proveedores y colaboradores de Lala.

## DESARROLLO DE PROVEEDURÍA

Mantenemos un acercamiento con nuestros proveedores mediante un programa que permite el desarrollo y la vinculación de las PyMEs de México con las grandes empresas a través de un organismo llamado Centro de Competitividad México.

Al cierre del año 2016, contamos con un total de 80 PyMEs de la proveeduría de Lala en programas de Consultoría y Diplomados, en donde las grandes empresas que conforman el Consejo Mexicano de Negocios comparten sus mejores prácticas.

Impartimos los diplomados de Inteligencia Comercial y de Cultura Organizacional que son parte de nuestra filosofía corporativa.

Recibimos la leche de establos certificados con altos estándares en la alimentación y cuidado de las vacas de ordeña.



03



## NUESTROS CONSUMIDORES

[G4-4, G4-9, G4-DMA]

Trabajamos por la satisfacción de los clientes, por ello todos los días les ofrecemos una amplia gama de productos saludables, naturales y nutritivos que cubren las distintas necesidades dependiendo de cada estilo de vida.

Entre nuestro portafolio se encuentran marcas estrella como LALA® y NutriLeche®, reconocidas por Brand Footprint México como las marcas más elegidas por los consumidores mexicanos, ocupando LALA® el segundo lugar, así como NutriLeche® el cuarto lugar.



Además, contamos con diferentes categorías como son leches, bebidas y jugos, yoghurt, postres, quesos y cremas, siempre de la más alta calidad y cumpliendo con los más altos estándares de inocuidad alimentaria en cada una de nuestras marcas.



## NUESTRO PROPÓSITO ES ALIMENTAR TU VIDA

Aportamos 84.1 millones de kilos de proteína a la alimentación de los mexicanos (equivalentes a 4.2% de la proteína diaria que requieren consumir los mexicanos).



03

## PRODUCTOS BAJOS EN GRASAS SATURADAS, GRASAS TRANS, SODIO Y AZÚCARES AÑADIDOS

[FP6, FP7]



50%

de nuestras leches están reducidas entre el 48% y el 70% de su cantidad de grasa total.



100%

de nuestras bebidas pasaron por un proceso de reducción de azúcares añadidos y en el caso de jugos, los azúcares son naturales de la fruta.



99%

de nuestro alimento lácteo y alimento lácteo combinado, tienen una reducción de grasas saturadas, grasas trans y colesterol.

## PRODUCTOS QUE CONTIENEN INGREDIENTES NUTRITIVOS AÑADIDOS

» El 100% de nuestras leches, están adicionadas con vitaminas, algunas también con fibras y minerales.

» El 90% de nuestras bebidas y jugo, están adicionados con vitamina C. El jugo de naranja Natural'es® mantiene su naturalidad, sin adiciones.

» El 42% del total de nuestros postres, como la gelatina Yomi®, están adicionados con vitamina A, C, D y Zinc.

» El 100% del total de nuestro alimento lácteo y alimento lácteo combinado, está adicionado con vitaminas y algunos con hierro.



**Instituto LALA**  
NUTRICIÓN • SALUD • INVESTIGACIÓN

A través de Instituto Lala incidimos positivamente en la nutrición. Guiamos la mejora del perfil nutrimental de nuestro portafolio, promovemos una correcta alimentación y fomentamos la investigación científica sobre los lácteos y su difusión en la comunidad médica.

» En 2016 dialogamos con 3,700 nutriólogos y médicos sobre información científica relacionada a los beneficios de los alimentos lácteos.



03



## NUEVOS PRODUCTOS

[G4-4]

Innovamos, creando alimentos nutritivos, frescos, de alta calidad, deliciosos y naturales para ti.

Lanzamos...

33

nuevos productos al mercado.



QUEREMOS  
QUE CADA  
NUEVA  
EXPERIENCIA  
**SEA UN  
DELEITE  
PARA TI**



03



HABLEMOS  
DE LALA 100

LALA 100® Proteína

70%  
más proteína

30%  
más calcio

Es la opción que puede ayudar a reparar y mantener los músculos, ya que las proteínas tienen un papel fundamental en este proceso.

LALA 100®

La mayor innovación de Lala, es la línea de leches con un mejor desempeño nutricional y gran sabor.



LALA 100® Sin Lactosa

tiene un innovador proceso de ultrafiltración, que le permite ser la única en México sin lactosa que no sabe dulce.



LALA 100® está disponible en un innovador envase PET, el primero en su tipo empleado para una leche, que semeja a las antiguas botellas de vidrio.



03



## REGULACIÓN Y NORMATIVIDAD

[G4-PR3]

En 2015 entró en vigor una nueva norma: Etiquetado Frontal Obligatorio, la cual demanda información clara sobre el contenido de los productos, en términos de azúcares totales, grasas saturadas, energía que aporta por porción de alimento y sodio. Desde entonces hemos realizado el cambio en todos nuestros productos, cumpliendo así con los requisitos de acuerdo a la normatividad establecida por COFEPRIS.

Ofrecemos a los consumidores información veraz de acuerdo a la norma establecida sobre todos nuestros productos.



03



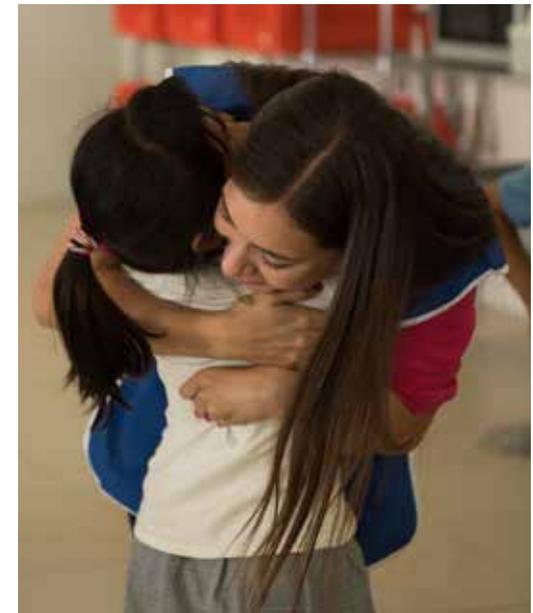
## CREEMOS EN UN MUNDO INTEGRAL

### FUNDACIÓN LALA

[G4-SO1, G4-DMA]

Nuestras actividades de voluntariado representan una gran experiencia para nuestros colaboradores y sus familias, así como para proveedores y aliados que participan, pero sobre todo para las comunidades con quienes compartimos esos momentos.

Nuestra misión es contribuir a la alimentación y nutrición de personas en desamparo, pobreza y marginación, especialmente las niñas y los niños.



En el 2016 nos unimos a los Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos por la ONU.

- » **Objetivo 1.** Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.
- » **Objetivo 2.** Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.
- » **Objetivo 4.** Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.

Por primera vez Nicaragua es parte de nuestros programas de voluntariado. En diciembre se llevaron a cabo convivencias y entregas de producto a instituciones para personas vulnerables.



03



Más de 34 mil niños en situación vulnerable reciben diariamente un vaso de leche Lala, gracias a la alianza con 184 asociaciones en México y 2 en Guatemala.

Invertimos

**\$106.9**

millones de pesos en México, Guatemala y Honduras, que fueron aportados en donativos económicos y en especie, de los cuales \$78 millones de pesos se destinaron específicamente a alimentación.

Presentes en

**535**

municipios de México, 5 de Guatemala y 2 de Honduras, en donde contamos con 364 alianzas.

Cumplimos 15 años trabajando en el programa alimentario "Nutriendo Una Esperanza" a nivel nacional.



Somos una de las empresas que más capital invierten en el aspecto social en México.

Donamos

**6.71 millones**

de kilogramos de producto, lo que equivale a \$77.7 millones de pesos.

Unidos contra el hambre:

realizamos 47 alianzas con bancos de alimentos.

Alimentar para transformar:

14,956 personas fueron apoyadas a través de 15 asociaciones.

Apoyamos a...

**540,820**

personas que habitan en zonas con alta y muy alta marginación a través de 360 asociaciones.



03



## VOLUNTARIADO

[G4-SO1, G4-DMA]

A continuación se presentan algunos resultados de nuestras iniciativas de voluntariado:

**3,404**  
voluntarias  
y voluntarios Lala

**20,678**  
horas invertidas

## LA RUTA DE FUNDACIÓN LALA

A lo largo del recorrido de la ruta de reparto, nuestro personal hace entrega de producto a instituciones y asociaciones.

**642**  
el número de  
participantes en esta área

**16,961**  
horas invertidas en  
esta iniciativa



## VOLUNTARIADO EN ACCIÓN

Con la participación de nuestros colaboradores, familiares, proveeduría y grupos de interés, llevamos a cabo iniciativas para cuidar de nuestra sociedad y nuestro planeta de manera integral, con diversas actividades como son: reforestación, visitas a asociaciones, actividades culturales, entre otras.

**1,553**  
voluntarias  
y voluntarios

**4,587**  
horas invertidas



## GRUPOS EXTERNOS

Los grupos externos están conformados por voluntarias y voluntarios que visitan poblaciones vulnerables. En 2016 se llevaron a cabo en México y Honduras.

**544**  
participantes

**59,520**  
horas invertidas



03



## VOLUNTARIOS SIEMBRAN EL FUTURO

Gracias al trabajo de reforestación que realizamos en la comunidad de Tropezón, en Salamanca, Guanajuato, contribuimos a evitar la erosión del suelo, prevenir inundaciones río abajo, mantener la provisión de oxígeno y restaurar la biodiversidad.

» **Educación y manejo ambiental en Cuatrociénegas:** uso de agua, cuidado y preservación de especies de la zona y fomento a la investigación.

Acompañados de 30 niñas y niños, plantamos 700 árboles de tres especies diferentes adaptables al clima de la zona. A la cantidad sembrada, sumamos 800 árboles más que donamos a la población.



2 hectáreas reforestadas en un día

1500 árboles donados, entre ellos: palo blanco y palo dulce, así como magüey de montaña

828 horas de trabajo voluntario

» **Rescate de una especie forestal endémica** (Picea mexicana) en la Sierra de Santiago, Nuevo León y Arteaga en Coahuila.

» **Replacación de colmenas:** brindamos apoyo para la adquisición de 283 nuevas colmenas.

Con dichas iniciativas, beneficiamos a 7 mil personas de manera directa y a más de 62 mil personas de manera indirecta, con una inversión de más de \$1.6 millones de pesos.



## MARATÓN INTERNACIONAL LALA

Celebramos la XXVIII edición del Maratón Internacional LALA, con este evento motivamos e incentivamos a los corredores a participar en pro de diversos programas sociales. Al mismo tiempo estos mejoran sus registros en la prueba de 42 kilómetros.

5 mil corredores

Apoyo de más de 4 mil voluntarios

8 países

Contamos con 28% de participación femenil

La Asociación Internacional de Federaciones Atléticas (IAAF) es la responsable de avalar los resultados obtenidos.



03



## CREEMOS EN UN MUNDO EN EQUILIBRIO

[G4-14, G4-EN27, G4-EN31]

En Lala estamos comprometidos con el cuidado del medio ambiente, es por ello que llevamos a cabo diversas tareas con el objetivo de mejorar la eficiencia de todos nuestros procesos, contribuyendo a tener un mundo en equilibrio.

### CUIDADO DEL AGUA

[G4-EN9, G4-EN10]

En Lala apoyamos la conservación del bosque de la **Picea Mexicana**, para que mantenga su capacidad para retener agua y su infiltración a los mantos acuíferos, también ayudamos a preservar la **Reserva Ecológica de Cuatrociénegas** y la **Cuenca del Río Nazas en la Comarca Lagunera**.

Implementamos una estrategia de autoabasto, que responde a la necesidad de liberar el agua para las líneas de abastecimiento de la población, por lo que migramos de una dependencia del 18% de abasto con agua de red, a una dependencia actual del 2%.

UN MUNDO EN EL QUE BUSCAMOS LA **ARMONÍA** ENTRE LOS RECURSOS Y SUS HABITANTES

Redujimos el consumo de agua en nuestros procesos pasando de 1.64 a 1.43 litros de agua por cada kilogramo de producto fabricado.



03



En nuestros vehículos, incrementamos los ciclos de mantenimiento en unidades diésel y gas LP, logrando con ello la reducción de generación de residuos peligrosos en un 40%.

## REDUCCIÓN EN CONSUMO DE ENERGÍA Y EMISIONES

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

Contamos con programas orientados a reducir el consumo energético.

### En nuestra red de distribución primaria y secundaria:

- » Implementamos sistemas de rastreo satelital para incrementar la eficiencia de nuestras rutas.
- » Modernizamos nuestra flota vehicular con motores diésel de alta eficiencia.

### Reducción en la generación de CO<sub>2</sub>

	gCO <sub>2</sub> eq/kg de producto fabricado
Año base <sup>(1)</sup>	54.36
<b>2016</b>	<b>36.37</b>

<sup>(1)</sup> Nuestro año base es 2012.

## RENOVACIÓN DE FLOTILLA

[G4-EN30]

Como parte de nuestro compromiso con la mitigación del cambio climático, invertimos \$185 millones de pesos en la renovación de unidades de reparto que cuentan con características que permiten un mejor desempeño y conducción.

En la división Setylsa de Lala Transportes llevamos a cabo la renovación de unidades para carga refrigerada, carga seca y auto tanque; con una inversión en distribución primaria de más de \$60 millones de pesos.



Se invirtieron \$247.6 millones de pesos en la renovación de unidades de la red de distribución primaria y reparto.



# 03



## REDUCCIÓN EN CONSUMO DE ENERGÍA Y EMISIONES EN FÁBRICAS

[G4-EN15, G4-EN16]

Contamos con sistemas de planeación de la producción que nos permiten operar de manera eficiente nuestros generadores de vapor y reducir el consumo de combustibles.

### Reducción de emisiones por consumo de combustible

	gCO <sub>2</sub> eq/kg de producto fabricado
Año base <sup>(1)</sup>	22.81
<b>2016</b>	<b>16.81</b>

» Nuestros procesos de manufactura están diseñados para reducir el consumo de energía eléctrica.

### Reducción del consumo de energía eléctrica

	gCO <sub>2</sub> eq/kg de producto fabricado
Año base <sup>(1)</sup>	28.78
<b>2016</b>	<b>25.13</b>



### Reducción de emisiones con potencial de acidificación<sup>(2)</sup>

Unidades	Reducción 2016
Óxidos de Azufre ( Sox)	7 %
Óxidos de Nitrógeno (Nox)	4 %

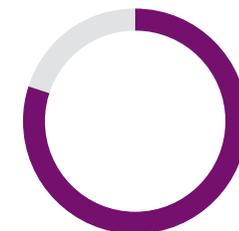
## RECICLAJE Y MANEJO DE RESIDUOS EN FÁBRICAS

[G4-EN23]

Tenemos el firme compromiso de preservar el medio ambiente, es por eso que, contamos con iniciativas para reducir nuestro impacto y la cantidad de residuos que generamos.

Más del 19.8% de los residuos de manejo especial se envían a disposición final.

En el caso de los residuos peligrosos (0.2%) están compuestos principalmente por aceites y solventes, mismos que son enviados a otras empresas como combustible alternativo.



Reciclamos el **80%** de nuestros residuos de manejo especial

<sup>(1)</sup> Nuestro año base es 2012.

<sup>(2)</sup> Contra año base.



# GOBIERNO CORPORATIVO / FORTALECEMOS NUESTROS PRINCIPIOS

[G4-41, G4-44, G4-49, G4-56, G4-57, G4-58, G4-SO4]

En Lala trabajamos bajo un estricto Código de Conducta que nos orienta para la correcta actuación cotidiana, impulsada por nuestros valores, para proporcionar una cultura de cumplimiento ético con todos los grupos con los que nos relacionamos y con la finalidad de alcanzar de manera óptima nuestros objetivos.

**En nuestro Código de Conducta se abordan cuatro temas principales:**

- » Relación con las y los clientes.
- » Relación con proveedorías.
- » Relación con competencia.
- » Relación con autoridades.

Trabajamos por asegurar que el trabajo de nuestra plantilla se lleve a cabo dentro del marco legal y en apego a la dignidad de las personas. Cumplimos con la Ley Federal del Trabajo y con las Normas Oficiales Mexicanas que rigen las condiciones de trabajo, seguridad, salud, derechos de queja de los colaboradores y demás derechos fundamentales del trabajo.



# 04

## CAPACITACIÓN EN ÉTICA, DERECHOS HUMANOS Y LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

Categorías profesionales	Número de personas capacitadas	Número de horas dedicadas a la capacitación	Promedio de horas de formación por colaborador
Directores/Gerentes	92	1,253.5	13.6
Jefes/Supervisores	759	9,912.5	13
Administrativos	1,048	12,788.5	12.2
Operaciones	3,727	68,187.5	18.2
Ventas	4,133	75,715	18.3
Externo	48	1,790.5	37.3
<b>Total</b>	<b>9,807</b>	<b>169,647.5</b>	<b>17.3</b>

## MECANISMOS FORMALES DE QUEJAS

Toda persona relacionada con Grupo Lala puede reportar situaciones relacionadas con el Código de Conducta Lala que es público y se encuentra en el sitio web de la Compañía. La línea de atención se encuentra disponible las 24 horas del día, los siete días de la semana; puede realizarse de forma anónima y es atendida por un consultor externo. Llevamos un control de cada reporte recibido, y todos los casos son atendidos por un Comité de Ética, son investigados y tienen una respuesta.



## ASOCIACIONES Y CÁMARAS

[G4-16]

Participamos en más de 20 organizaciones gremiales nacionales y multilaterales, entre asociaciones y cámaras, que consideramos son estratégicas para Grupo Lala, a fin de procurar las mejores condiciones para el desarrollo del sector y del negocio, contribuyendo a cumplir la misión de la empresa y a alcanzar su visión, en observancia de sus valores y código de conducta, y en alineación a las estrategias definidas.

### Organismos cúpulas empresariales

Interlocución al más alto nivel con los sectores público y privado

#### MÉXICO

- » Consejo Mexicano de Negocios (CMN) \*
- » Consejo Nacional Agropecuario (CNA) \*
- » Confederación Nacional de Cámaras Industriales (CONCAMIN)

#### NICARAGUA

- » Cámara de Industria de Nicaragua (Cadin) \*
- » Cámara de Comercio y Servicios de Nicaragua (CCSN) \*

### Organismos relacionados con el negocio

Atención puntual de políticas públicas y regulaciones para nuestro sector, que inciden en el negocio.

#### MÉXICO

- » Asociación Nacional de Transporte Privado (ANTP) \*
- » Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA) \*
- » Cámara Nacional de Industriales de La Leche (CANILEC) \*
- » Consejo Mexicano de la Industria de Productos de Consumo, A.C. (ConMexico)

#### NICARAGUA

- » Cámara Nicaragüense del Sector Lácteo (Canislac) \*
- » Asociación de Productores y Exportadores de Nicaragua (APEN) \*

#### COSTA RICA

- » Cámara Nacional de Productores de Leche (PROLECHE)

#### INTERNACIONAL

- » Federación Panamericana de Lechería (FEPALE) \*

\*Se participa en posiciones relevantes en los consejos directivos.



# 04

## CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

[G4-34, G4-35, G4-36, G4-37, G4-38, G4-39, G4-40, G4-52]

### Presidente

Eduardo Tricio Haro

### Consejeros Patrimoniales

Marcelo Fulgencio Gómez Ganem

José Manuel Tricio Cerro

Juan Carlos Larrinaga Sosa

### Consejeros Independientes

Arquímedes Adriano Celis Ordaz

Rafael Robles Miaja

Juan Pablo del Valle Perochena

Pablo Roberto González Guajardo

Blanca Avelina Treviño de Vega

Mauricio Gárate Meza<sup>1</sup>

### Secretario

### Comité de Auditoría y Prácticas Societarias

Rafael Robles Miaja

### Presidente

Juan Pablo del Valle Perochena

Pablo Roberto González Guajardo

Blanca Avelina Treviño de Vega

Somos una Sociedad Anónima Bursátil, por lo tanto, nuestro Consejo de Administración debe conformarse por un máximo de 21 miembros, de los cuales el 25% deben ser independientes elegidos con base en su experiencia, capacidad y reputación en la Asamblea General Ordinaria de Accionistas.

De acuerdo con la Ley del Mercado de Valores y nuestros estatutos sociales, las funciones de nuestro Consejo de Administración son, entre otras, vigilar la gestión y establecer las estrategias generales para la dirección del negocio de Grupo Lala y de las personas morales que ésta controle. Llevamos a cabo Sesiones del Consejo de Administración en las cuáles el *quorum* es superior al 80%.

Las personas que integran nuestro Consejo de Administración se destacan por su reconocida experiencia laboral y profesional en las áreas estratégicas de Finanzas, Ventas y Mercadotecnia, principalmente.

Llevar a cabo la supervisión de los auditores externos de la Compañía, comunicar al Consejo irregularidades del control interno, controlar la realización de operaciones con partes relacionadas, las actividades del Director General y la función financiera, así como la elaboración de un informe anual de sus actividades, son las actividades que se establecieron a cargo de las y los miembros que integran el Comité de Auditoría y Prácticas Societarias a partir de su integración.

Nuestro Comité de Auditoría y Prácticas Societarias está integrado únicamente por miembros independientes del Consejo de Administración.

Otras de las principales funciones y facultades del Comité, son las siguientes: formular recomendaciones al Consejo respecto al desempeño de los principales funcionarios de la empresa, las operaciones con partes relacionadas, de las solicitudes de dictámenes de peritos independientes, convocar a las asambleas de accionistas y apoyar en la preparación de informes para la Asamblea General Ordinaria Anual de Accionistas.

<sup>1</sup> Nombrado en la sesión del Consejo de Administración de fecha 24 de abril de 2017.



# 04

Asimismo, a partir de febrero de este año, la Compañía cuenta con un Comité de Compensaciones que desempeña las actividades en materia de Compensación y Evaluación que establece el Código de Mejores Prácticas Corporativas a que se encuentra adherido Lala y las que determine el Consejo de Administración. El Comité de Compensaciones está conformado por dos consejeros independientes y un consejero patrimonial:

Pablo Roberto González Guajardo - Presidente

Juan Pablo del Valle Perochena - Miembro

Eduardo Tricio Haro - Miembro

Los miembros de este Comité fueron designados por el Consejo de Administración y posteriormente son ratificados por la Asamblea General de Accionistas. Sus principales funciones son: (i) Sugerir criterios para la evaluación y compensación del Director General y los funcionarios de alto nivel, así como la determinación de pagos por separación del Director General; (ii) Analizar la propuesta realizada por el Director General acerca de la estructura y criterios para la compensación del personal de la sociedad; y (iii) Analizar y presentar al Consejo de Administración, para su aprobación, el Sistema Formal de Sucesión del Director General y los funcionarios de alto nivel.

La Asamblea General de Accionistas de Lala es la encargada de determinar la remuneración a los consejeros y demás integrantes de los Comités, por su asistencia a cada una de las sesiones que se llevan a cabo.

El crecimiento de nuestra Compañía se debe en gran medida a la visión estratégica y sustentable de nuestro equipo directivo, y al compromiso de los ejecutivos así como de los colaboradores en general. Este trabajo conjunto nos ha permitido aprovechar las oportunidades de inversión en distintos mercados y segmentos.

Incentivamos a nuestros colaboradores a través de bonos de productividad que se calculan y fijan en función de su desempeño. Además, contamos con un Plan de Acciones para los funcionarios de primer nivel, alineado con la generación de valor de la Compañía y los intereses de nuestros accionistas, a través del cumplimiento de mandatos estratégicos y objetivos de negocio, a fin de propiciar una cultura de alto desempeño. De esta forma logramos el desarrollo y compromiso de todo nuestro personal de primer nivel.

Nuestros estatutos incluyen ciertas protecciones para los accionistas minoritarios de acuerdo con la Ley del Mercado de Valores y la Ley General de Sociedades Mercantiles.

### Información sobre la Acción

Las acciones de LALA serie B cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) desde el 16 de octubre de 2013, bajo la clave de pizarra: 'LALA B'.

### Declaraciones a futuro

Este documento contiene ciertas previsiones, proyecciones y declaraciones a futuro, con respecto a la situación financiera, resultados de operación e información operativa y del negocio de Grupo Lala y/o sus subsidiarias; así como con los planes y objetivos de la Compañía relacionados con estos aspectos.

El presente Informe, no constituye una oferta de valores por parte de Lala. Únicamente ha sido emitido con carácter informativo.



# 04

## CONTACTO E INFORMACIÓN A INVERSIONISTAS

[G4-5, G4-6, G4-7, G4-31]

### **Oficinas Corporativas Grupo Lala, S.A.B. de C.V.**

Calzada Carlos Herrera Araluce 185, Parque Industrial Carlos A. Herrera  
Araluce, Gómez Palacio, Durango, C.P. 35079

### **Relación con Inversionistas**

Anaid Sustaita  
+52 (55) 9177 5900  
[investor.relations@grupolala.com](mailto:investor.relations@grupolala.com)

### **Responsabilidad Social**

Rafael Garza Jáuregui  
+52 (871) 729 3100  
[rafael.garza@grupolala.com](mailto:rafael.garza@grupolala.com)

### **Audidores Independientes**

Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S. C.  
Boulevard Independencia 1819-B Ote.  
Colonia San Isidro  
Torreón, Coahuila, México  
C.P. 27100

### **Lala Administración y Control, S.A. de C.V.**

Calzada Carlos Herrera Araluce 185, Parque Industrial Carlos A. Herrera  
Araluce, Gómez Palacio, Durango, C.P. 35079, México.



# ACERCA DE ESTE INFORME

[G4-3, G4-7, G4-13, G4-15, G4-17, G4-22, G4-23, G4-28, G4-29, G4-30, G4-32]

Presentamos nuestro informe anual integrado 2016 edición número once, en donde destacamos los resultados financieros, ambientales, sociales y de Gobierno Corporativo correspondientes a periodo del 1 de enero al 31 de diciembre de 2016 de México, Centroamérica y Estados Unidos.

Por primera ocasión, comenzamos a operar bajo nuestro modelo de sustentabilidad cuyos ejes son: Planeta, Sociedad, Consumidores, Empresa y Gobierno Corporativo; reflejando los resultados de esta implementación en el presente documento. Asimismo, incorporamos al reporte nuestras nuevas creencias:

- » Creemos en un mundo de posibilidades.
- » Creemos en un mundo natural.
- » Creemos en un mundo integral.
- » Creemos en un mundo en equilibrio.

En ellas plasmamos y transmitimos la importancia que cada grupo de interés tiene para nosotros y los aspectos materiales más relevantes.

Derivado de estos cambios y como parte de la nueva estrategia de la empresa, en el informe 2016 se realizaron modificaciones en la forma de reportar los indicadores ambientales para visualizar de manera más práctica el avance que se ha tenido a lo largo del tiempo.

Este reporte se elaboró bajo los lineamientos de la metodología del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión **G4, según la opción <<de conformidad>> esencial** verificado de manera independiente por ILUNKA Estrategia Sustentable.

Además, nos alineamos a los Principios de Pacto Mundial y a los Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), así como a los Principios del Índice de Sustentabilidad propuesto por la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) a través de la metodología de la Universidad Anáhuac.

Para mayor información consultar: [www.grupolala.com](http://www.grupolala.com)



# 05

## MATERIALIDAD

[G4-17, G4-18, G4-19, G4-20, G4-21]

Determinamos el contenido del Informe Anual Integrado 2016 tomando en cuenta los aspectos de mayor importancia para nuestros Grupos de interés y para la organización.

Partimos del estudio de materialidad realizado en 2015 en el cual detectamos los aspectos más relevantes y significativos para nuestra sustentabilidad y llevamos a cabo una actualización de este estudio a través de entrevistas y diálogo con personas clave de la empresa.

Reportamos los mismos temas materiales que el año anterior, con el objetivo de dar a conocer nuestras iniciativas y avances en esos rubros, así como nuestras metas para 2017.

El estudio de materialidad consistió en las siguientes fases:



### IDENTIFICACIÓN

Analizamos los aspectos relevantes de interés interno y externo a través de entrevistas y diálogo con personas clave de la organización, así como observación y visitas a campo.



### PRIORIZACIÓN

Ponderamos la información recabada y determinamos los temas de mayor relevancia para Lala y sus grupos de interés.



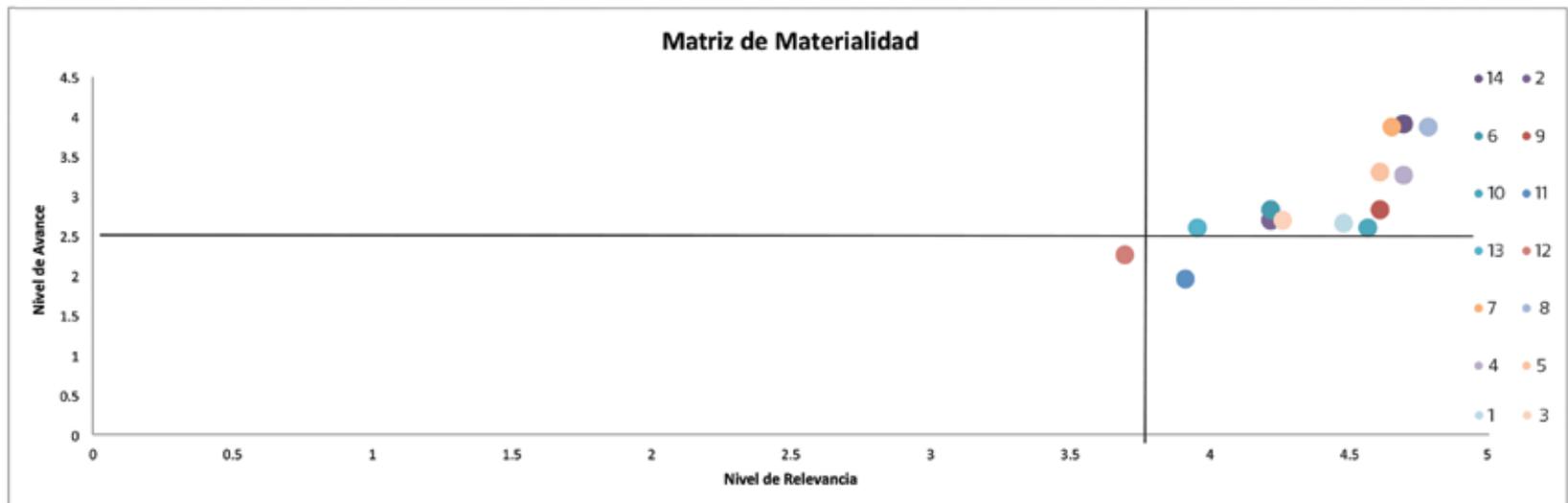
### VALIDACIÓN

Sometimos los contenidos a valoración por parte del equipo directivo para seleccionar los enfoques e indicadores a reportar.



### REVISIÓN

Identificamos las áreas de oportunidad de la participación de los Grupos de interés y la organización.



# 05

## TEMAS MATERIALES E INDICADORES GRI G4

[G4-19, G4-20, G4-21]

	Tema material	Cobertura		Indicador
		Interna	Externa	
1	Gestión y disposición final de residuos	X	X	G4-EN23, G4-EN27
2	Procedimientos para la evaluación y control de riesgos sociales y ambientales asociados	X	X	G4-EN29, G4-EN31, G4-EN11
3	Apego de los ganaderos a las directrices y métricas en RSE de la empresa	X		G4-EN32
4	Eco eficiencia en el consumo de agua y energía	X	X	G4-EN6, G4-EN8, G4-EN9, G4-EN10, G4-EN22
5	Emisiones de gases de efecto invernadero GEI como resultante de la producción (emisiones gases metano) y distribución del producto	X	X	G4-EN19, G4-EN30
6	Beneficios sociales y económicos para la comunidad local y minimizar los impactos	X	X	G4-SO1
7	Transparencia, publicidad y etiquetado de los productos y servicios	X	X	G4-PR2, G4-PR3, G4-PR4, G4-PR6, G4-PR7
8	Innovación en productos	X	X	G4-PR1
9	Bienestar de los colaboradores(as) internos, operativos y campo	X		G4-LA5
10	Desarrollo/capacitación de los colaboradores(as)	X		G4-LA9, G4-LA10, G4-LA11
11	Valoración de la diversidad y la inclusión	X		G4-LA12
12	Apego de los proveedores a las directrices en RSE de la empresa	X		G4-LA14
13	Compras responsables, promoviendo las economías locales y a la mediana y pequeña empresa	X	X	G4-SO9
14	Conducta ética	X		G4-SO4



# ÍNDICE DE CONTENIDO GRI G4

[G4-32, G4-33]

## CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES



INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA	OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA
<b>ESTRATEGIA Y ANÁLISIS</b>				
G4-1	Declaración del máximo responsable de la organización sobre la visión y estrategia de sustentabilidad de la organización.	2-3		✓
G4-2	Describa los principales efectos, riesgos y oportunidades.	2-3		✓
<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>				
G4-3	Nombre de la organización.	43		✓
G4-4	Marcas, productos y servicios.	26-29		✓
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede de la organización de la organización.	6, 42		✓
G4-6	Países donde opera.	6, 42		✓
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.			✓
G4-8	Indique a qué mercados se sirve.	6		✓
G4-9	Determine la escala de la organización.	6, 26	La capitalización en términos de patrimonio y en términos de deuda es información confidencial.	✓
G4-10	Principales datos sobre empleo.	17		✓
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	17		✓
G4-12	Describa la cadena de suministro de la organización.	22-25		✓
G4-13	Cambios significativos durante el periodo.	43		✓
G4-14	Indique cómo aborda la organización el principio de precaución.	35		✓
G4-15	Principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.	43		✓
G4-16	Asociaciones a las que pertenece	39		✓



## CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA	OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA
<b>ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA</b>				
G4- 17	Entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y si alguna no figuran en la memoria.	43-44		✓
G4- 18	Proceso para determinar el contenido de la memoria	44		✓
G4- 19	Lista de aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.	44-45		✓
G4- 20	Indique la cobertura dentro de la organización de cada aspecto material	44-45		✓
G4- 21	Indique la cobertura fuera de la organización de cada aspecto material	44-45		✓
G4- 22	Describa las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas.	43		✓
G4- 23	Señale todo cambio significativo en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores.	43		✓
<b>PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>				
G4- 24	Lista de grupos de interés de la organización.	13-14		✓
G4- 25	Bases para la identificación y selección de grupos de interés con los que trabaja	13-14		✓
G4- 26	Enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés, incluida la frecuencia, principales temas y preocupaciones y cómo la organización ha respondido a esos temas y preocupaciones claves.	13-14		✓
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.	13-14		✓



CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA	OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA
<b>PERFIL DE LA MEMORIA</b>				
G4- 28	Periodo objeto de la memoria	43		✓
G4- 29	Fecha de la última memoria	43		✓
G4- 30	Ciclo de presentación de memorias	43		✓
G4-31	Facilite un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido de la memoria.	42		✓
<b>ÍNDICE GRI</b>				
G4- 32	Indique qué opción «de conformidad» con la Guía ha elegido la organización y facilite el Índice de GRI; así como verificación externa	43-46		✓
<b>VERIFICACIÓN</b>				
G4- 33	Política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria y demás descripciones solicitadas.	46		✓
<b>GOBIERNO</b>				
<b>Estructura de Gobierno y su Composición</b>				
G4- 34	Estructura de gobierno de la organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno. Indique qué comités son responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales.	40-41	Se describe en la sección “Gobierno Corporativo” y se profundiza a detalle en <a href="http://www.grupolala.com/Inversionistas">www.grupolala.com/Inversionistas</a>	✓
G4- 35	Describe el proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno delega su autoridad a la alta dirección y a determinados empleados en cuestiones de índole económica, ambiental y social.	40-41	Se describe en la sección “Gobierno Corporativo” y se profundiza a detalle en <a href="http://www.grupolala.com/Inversionistas">www.grupolala.com/Inversionistas</a>	✓
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.	40-41		✓



CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA	OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA
<b>GOBIERNO</b>				
<b>Estructura de Gobierno y su Composición</b>				
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.	40-41	Se describe en la sección “Gobierno Corporativo” y se profundiza a detalle en <a href="http://www.grupolala.com/Inversionistas">www.grupolala.com/Inversionistas</a>	✓
G4- 38	Describa la composición del órgano superior de gobierno y de sus comités	40-41		✓
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.	40-41		✓
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.	40-41		✓
G4- 41	Describa los procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de intereses. Indique si los conflictos de intereses se comunican a los grupos de interés.	38-39		✓
<b>EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS Y EL DESEMPEÑO DEL ÓRGANO SUPERIOR DE GOBIERNO</b>				
G4- 44	a. Describa los procesos de evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con el gobierno de los asuntos económicos, ambientales y sociales. Indique si la evaluación es independiente y con qué frecuencia se lleva a cabo. Indique si se trata de una autoevaluación.	38, 40-41	Se describe en la sección “Gobierno Corporativo” y se profundiza a detalle en <a href="http://www.grupolala.com/Inversionistas">www.grupolala.com/Inversionistas</a>	✓



CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA	OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA
<b>EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS Y EL DESEMPEÑO DEL ÓRGANO SUPERIOR DE GOBIERNO</b>				
G4- 44	b. Describa las medidas adoptadas como consecuencia de la evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con la dirección de los asuntos económicos, ambientales y sociales; entre otros aspectos, indique como mínimo si ha habido cambios en los miembros o en las prácticas organizativas.	38, 40-41	Se describe en la sección “Gobierno Corporativo” y se profundiza a detalle en <a href="http://www.grupolala.com/Inversionistas">www.grupolala.com/Inversionistas</a>	✓
<b>FUNCIONES DEL ÓRGANO SUPERIOR DE GOBIERNO EN LA EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO ECONÓMICO, AMBIENTAL Y SOCIAL</b>				
G4- 49	Describa el proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno.	38-41		✓
<b>RETRIBUCIÓN E INCENTIVOS</b>				
G4- 52	Describa los procesos mediante los cuales se determina la remuneración. Indique si se recurre a consultores para determinar la remuneración y si estos son independientes de la dirección. Señale cualquier otro tipo de relación que dichos consultores en materia de retribución puedan tener con la organización.	38-41		✓
<b>ÉTICA E INTEGRIDAD</b>				
G4- 56	Describa los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.	5, 38-39		✓
G4-57	Describa los mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y para consultar los asuntos relacionados con la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento.	38-39		✓
G4-58	Describa los mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización, tales como la notificación escalonada a los mandos directivos, los mecanismos de denuncia de irregularidades o las líneas telefónicas de ayuda.	38-39		✓



CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA	OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA
<b>CATEGORÍA: ECONOMÍA</b>				
<b>Aspecto: Desempeño económico</b>				
G4- EC1	Valor económico directo generado y distribuido.	9		✓
<b>CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE</b>				
<b>Aspecto: Energía</b>				
G4-EN6	Reducción del consumo energético.	36-37		✓
<b>Aspecto: Agua</b>				
G4-EN8	Captación total de agua según la fuente.	Volumen de agua consumida: 5,625,813 m <sup>3</sup> De extracción: 4,865,528 m <sup>3</sup> Red municipal: 123,037 m <sup>3</sup> Medición directa de los medidores de agua ubicado en las instalaciones, por equipo con certificado de calibración y autorizado por las autoridades.		✓
G4-EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	El impacto en porcentaje de nuestras operaciones en los acuíferos Nazas-Aguanaval y el de Irapuato Valle, es del 0.8% del total. Debido a las cualidades y características de estos lugares la biodiversidad no se ve afectada.		✓
G4-EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	35		✓



CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA	OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA
<b>CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE</b>				
<b>Aspecto: Agua</b>				
G4-EN11	Instalaciones operativas propias, arrendadas, gestionadas que sean adyacentes, contengan o estén ubicadas en áreas protegidas y áreas no protegidas de gran valor para la biodiversidad.	Cuenta con una instalación de distribución arrendada en la ciudad de Chetumal, instalación urbanizada pero que por sus características requiere atención diferenciada.		✓
<b>Aspecto: Emisiones</b>				
G4-EN15	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (alcance 1).	36-37		✓
G4-EN16	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (alcance 2).	36-37		✓
G4-EN19	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.			✓
<b>Aspecto: Efluentes y residuos</b>				
G4-EN22	Vertido total de aguas, según su calidad y destino.	Para descarga en alcantarillas municipales 2,801,243 m <sup>3</sup> con tratamiento de aguas residuales primarios, fisicoquímico, biológico anaeróbico/aeróbico para cumplimiento de NOM 002, en proceso de arranque ultrafiltración y osmosis inversa para recuperar 365000 m <sup>3</sup> de agua al año cumpliendo con NOM 127, que sumarán con 373,502 m <sup>3</sup> con sistema terciario ósmosis inversa para cumplir con NOM 127, 804,013.2m <sup>3</sup> descargados a cuerpo receptor federal, tratamiento primario, físico/químico, biológico, para cumplir con NOM-001-1996 cuerpo receptor tipo B, mas terciario (Ultrafiltración y Ósmosis inversa recuperación en etapa de arranque de 237,250 m <sup>3</sup> de agua al año con NOM 127)		✓



**CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS**

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA	OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA
<b>CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE</b>				
<b>Aspecto: Efluentes y residuos</b>				
G4-EN23	Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento.	37	No se especifica el peso total de los residuos puesto que es información confidencial.	✓
<b>Aspecto: Productos y servicios</b>				
G4-EN27	Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.	35-37		✓
<b>Aspecto: Cumplimiento regulatorio</b>				
G4-EN29	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.	El total de multas que se presentaron en 2016 fue de 3, debido a la velocidad de cambio de marco regulatorio. Estas multas representaron un total de \$210,300 pesos.		✓
<b>Aspecto: Transporte</b>				
G4-EN30	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	36		✓
<b>Aspecto: General</b>				
G4-EN31	Desglose de los gastos y las inversiones ambientales.	Aguas residuales 21%, vehículos de distribución primaria y secundaria 78%, energías renovables 0.28%		✓
<b>Aspecto: Evaluación ambiental de los proveedores</b>				
G4-EN32	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales.	Efectuamos la revisión de los reportes de sustentabilidad de nuestros principales proveedores (Tetrapack, Palsgaard,FMC)		✓



CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA	OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA
<b>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL</b>				
<b>SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO</b>				
<b>Aspecto: Salud y seguridad en el trabajo</b>				
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.	21		✓
G4-LA8	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con los sindicatos.	21		✓
<b>Aspecto: Capacitación y educación</b>				
G4-LA9	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral.	17-18		✓
G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.	17-18		✓
G4-LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional.	17-18	No se desglosa por categoría profesional ya que es información confidencial.	✓
<b>Aspecto: Diversidad e igualdad de oportunidades</b>				
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.	16		✓
<b>Aspecto: Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores</b>				
G4-LA14	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales.	La empresa no cuenta con esta información.		✓



## CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA	OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA
<b>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL</b>				
<b>SUBCATEGORÍA: SOCIEDAD</b>				
<b>Aspecto: Comunidades locales</b>				
G4-SO1	Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	31-34		✓
<b>Aspecto: Lucha contra la corrupción</b>				
G4-SO4	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	38-39		✓
<b>Aspecto: Evaluación de la repercusión social de los proveedores</b>				
G4-SO9	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social.	La empresa no cuenta con esta información.		✓
<b>SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS</b>				
<b>Aspecto: Salud y seguridad de los clientes</b>				
G4-PR1	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.	22-24		✓
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 presentaron incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a la salud y seguridad de nuestros productos.		✓
<b>Aspecto: Etiquetado de los productos y servicios</b>				
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.	30		✓



CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA	OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA
<b>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL</b>				
<b>SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS</b>				
<b>Aspecto: Etiquetado de los productos y servicios</b>				
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.	No se presentaron incumplimientos a la regulación y a los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos.		✓
<b>Aspecto: Comunicaciones de mercadotecnia</b>				
G4-PR6	Venta de productos prohibidos o en litigio	Todos nuestros productos están autorizados para su consumo por las autoridades correspondientes.		✓
G4-PR7	Número de casos de incumplimiento de las normativas y los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, entre otras la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes	Se tuvo una prevención por parte de COFEPRIS respecto a la publicidad de Lala 100, la cual fue tratada con esta autoridad y la misma fue ajustada según sus observaciones. La campaña al día de hoy sigue activa bajo los acuerdos tomados.		✓
<b>CATEGORÍA: SOCIAL</b>				
<b>Alimentos Saludables y Asequibles</b>				
G4-DMA	Naturaleza, alcance y efectividad de cualquier programa y práctica (contribuciones en especie, iniciativas de voluntarios, transmisión de conocimiento, asociaciones y desarrollo de productos) que promuevan el acceso a estilos de vida saludables; a la prevención de enfermedades crónicas; al acceso a alimentos saludables, nutritivos y asequibles; y a una mejora en el bienestar de las comunidades que lo necesiten (FP4 anterior).	26, 31-33		✓



**CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS**

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA	OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA
<b>CATEGORÍA: SOCIAL</b>				
<b>Salud y Seguridad Personal del Cliente</b>				
FP6	Porcentaje de volumen total de ventas de productos de consumo, por categoría de producto, reducidos en grasa saturada, grasas trans, sodio y azúcares agregados	27		✓
FP7	Porcentaje de volumen total de ventas de productos de consumo, por categoría de producto, que contienen ingredientes nutritivos adicionados como fibra, vitaminas, minerales, fitoquímicos o aditivos alimentarios funcionales	27		✓





**INFORME ANUAL 2016**