



# JORNADA ESG 2021 | 2022

# SUMÁRIO

|   |     |
|---|-----|
| <b>MENSAGEM DA LIDERANÇA</b>  | 03  |
| <b>DNA COCA-COLA FEMSA BRASIL</b>                                   | 05  |
| <b>MEIO AMBIENTE</b>  | 24  |
| Nosso Planeta   |     |
| <b>SOCIAL</b>   | 47  |
| Nossa Gente   |     |
| Nossa Comunidade  |     |
| <b>GOVERNANÇA CORPORATIVA</b>                                       | 99  |
| Direitos Humanos e do Trabalho                                      |     |
| Programa Global de Integridade e Conformidade ( <i>Compliance</i> ) |     |
| Princípios Orientadores para Fornecedores                           |     |
| Manual de Boas Práticas de Distribuidores                           |     |
| <b>ATUANDO HOJE PARA UM FUTURO MELHOR</b>                           | 110 |



Clique em cada capítulo principal  
e navegue na Jornada ESG 2021|2022



## **MENSAGEM DA VICE-PRESIDENTE JURÍDICA E DE ASSUNTOS CORPORATIVOS**

Caro(a) leitor(a),

Compartilhamos o Jornada ESG da Coca-Cola FEMSA Brasil (KOF BR) que apresenta nossas atividades e iniciativas voltadas aos nossos *stakeholders* no período de 2021 e 2022. Ao longo deste documento, você verá que trabalhamos hoje por um amanhã melhor, acreditando em um futuro cada vez mais sustentável e com igualdade de oportunidades.

Sabemos que a evolução do nosso negócio está diretamente conectada ao desenvolvimento de todos aqueles com os quais nos relacionamos: clientes, consumidores, colaboradores e comunidades em que trabalhamos.

Dentre tantas ações bem-sucedidas nos últimos dois anos, algumas merecem destaque. No pilar Ambiental tivemos diversos avanços. A gestão eficiente de água trouxe em 2022 uma significativa redução no consumo em relação ao ano anterior. Este é um mérito de todas as plantas que atuaram na melhoria dos processos e enfrentaram os desafios no decorrer do ano. O início do projeto de neutralidade hídrica nas fábricas de Mogi das Cruzes (SP) e Bauru (SP) por exemplo, reforça nosso compromisso com a gestão do recurso em nossas operações.

Por outro lado, a sustentaPET bateu mais uma vez sua meta de coleta, fomentando a circularidade das embalagens de plástico e cumprindo seu papel social junto aos agentes de reciclagem, como as cooperativas e os catadores. Ainda no âmbito ambiental, em 2022, iniciamos a nossa primeira frota elétrica de caminhões na região metropolitana de São Paulo.



No pilar Social, a Coca-Cola FEMSA Brasil atuou ativamente junto à população vulnerável com a campanha “Por todas as mesas” e o projeto “Natal Sem Fome” com doações de bebidas e cestas básicas, entre outras iniciativas.

Internamente, oferecemos **treinamentos** sobre **diversidade** e continuamos trabalhando em prol da **equidade de gênero**, promovendo ações dentro e fora da companhia voltadas ao público feminino, como o projeto “Empreenda Como Uma Mulher”, programa de aceleração de carreira “Elas na Liderança” e de capacitação com a “Escola de Promotoras”.

O amadurecimento da Governança Corporativa dentro da empresa reforça nosso desejo de trazer cada vez mais transparência e segurança aos nossos procedimentos. Em 2021, publicamos o Manual de *Compliance* e oferecemos treinamentos sobre o tema para os colaboradores. Implementamos o nosso procedimento KYC (*Know Your Client* - Conheça o Seu Cliente), para análise de fornecedores e clientes, com objetivo de garantir a conformidade e integridade ao Código de Ética da companhia.

A busca pelo desenvolvimento sustentável é constante e nosso time segue vigilante e engajado nesta trajetória. Trabalhamos para ser cada vez mais eficientes, promovendo conhecimento e qualidade de vida para a *Nossa Gente*, transformando a *Nossa Comunidade* e atuando com responsabilidade ambiental no *Nosso Planeta*.

Convidamos você a conhecer as conquistas da Coca-Cola FEMSA Brasil em 2021 e 2022 e compreender nossas iniciativas e resultados.

Desejamos uma boa leitura,

**Camila Amaral**

VP Jurídica e de Assuntos Corporativos





**DNA**

**COCA-COLA**

**FEMSA BRASIL**



# 1. DNA COCA-COLA FEMSA BRASIL

## A Sustentabilidade está no nosso DNA

O Jornada ESG da Coca-Cola FEMSA Brasil vai além de reportar os projetos da empresa. Nosso intuito é inspirar boas práticas e mensurar nossas ações para que possamos, cada vez mais, causar impacto positivo na sociedade e no planeta.

A sustentabilidade está no coração do nosso negócio, guiando ações e decisões estratégicas. Trabalhamos constantemente junto a todas as partes interessadas, construindo hoje um futuro sustentável para Nossa Gente, Nossa Comunidade e Nosso Planeta.



**NEURI AMABILE,**  
diretora de Novos Negócios,  
atua há 45 anos na  
Coca-Cola FEMSA Brasil.

**Muitas vozes. Um DNA**

*“Nos últimos anos, pessoas que têm pensamentos muito diferentes passaram a ser ainda mais relevantes na companhia. Uma inclusão que não fica restrita ao que é moda fazer. A Coca-Cola FEMSA Brasil vem fazendo um esforço legítimo para que todos se sintam bem e ajudem a companhia a continuar causando impacto positivo. A questão de ser uma empresa com um DNA e uma cultura tão fortes faz todo mundo sentir um pertencimento muito grande e um foco enorme no cliente”.*

*“Tenho 50 anos de Coca-Cola FEMSA Brasil e vejo com nitidez a evolução da empresa em uma série de fatores. Algo muito importante é o cuidado com as pessoas. Empresas só existem porque existem pessoas, e aqui temos uma cultura muito forte de respeito e carinho com todos os colaboradores e em suas contribuições para que a empresa chegasse no patamar atual.”*



**AVELINO PEREIRA,**  
diretor de Administração e  
Finanças, atua há 50 anos  
na Coca-Cola FEMSA Brasil.

**Muitas vozes. Um DNA**



## Coca-Cola FEMSA Brasil: vamos refrescar o mundo

Somos a maior engarrafadora do mundo em volume de vendas dos produtos The Coca-Cola Company. Atuamos no Brasil há 20 anos, com mais de 21 mil colaboradores diretos, 11 fábricas e 47 centros de distribuição, 470 mil pontos de venda e mais de 92 milhões de consumidores. Operamos em 19% do território brasileiro, atendendo 45% da

população, atuando nos estados de São Paulo, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Minas Gerais, Mato Grosso do Sul, Rio de Janeiro e Goiás. Somos responsáveis pela produção, comercialização e distribuição de mais de 100 marcas em nosso portfólio, divididas nas seguintes categorias:

**Bebidas:** refrigerantes, hidrotônicos e isotônicos, energéticos, águas, sucos, chás, bebidas vegetais, cervejas, sprits e alcoólicos prontos para beber.



**Multicategorias:** balas e doces.





## DNA Coca-Cola FEMSA

O DNA KOF nos permite acelerar nossa evolução cultural e alcançar o nosso propósito de refrescar o mundo a qualquer momento e em qualquer lugar. Sendo eles:

### PRIMEIRO AS PESSOAS



Nossa gente e a forma como trabalham juntas são os ativos mais valiosos da nossa companhia.

### MENTALIDADE DE DONOS



Pensamos e agimos como proprietários. Focamos nos resultados e temos metas claras e realistas.

### FOCO OBSESSIVO NO CONSUMIDOR E NO CLIENTE



Nossos consumidores e clientes estão no centro de tudo o que fazemos.

### DECISORES ÁGEIS



Empoderamos a nossa gente em toda a organização para tomar decisões ágeis.

### EXCELÊNCIA OPERATIVA



Buscamos a excelência em tudo o que fazemos.

Começamos 2021 investindo em melhoria de processos e digitalização do negócio. Surgiram novas demandas dos clientes e consumidores e, consequentemente, alguns desafios se impuseram com a pandemia.

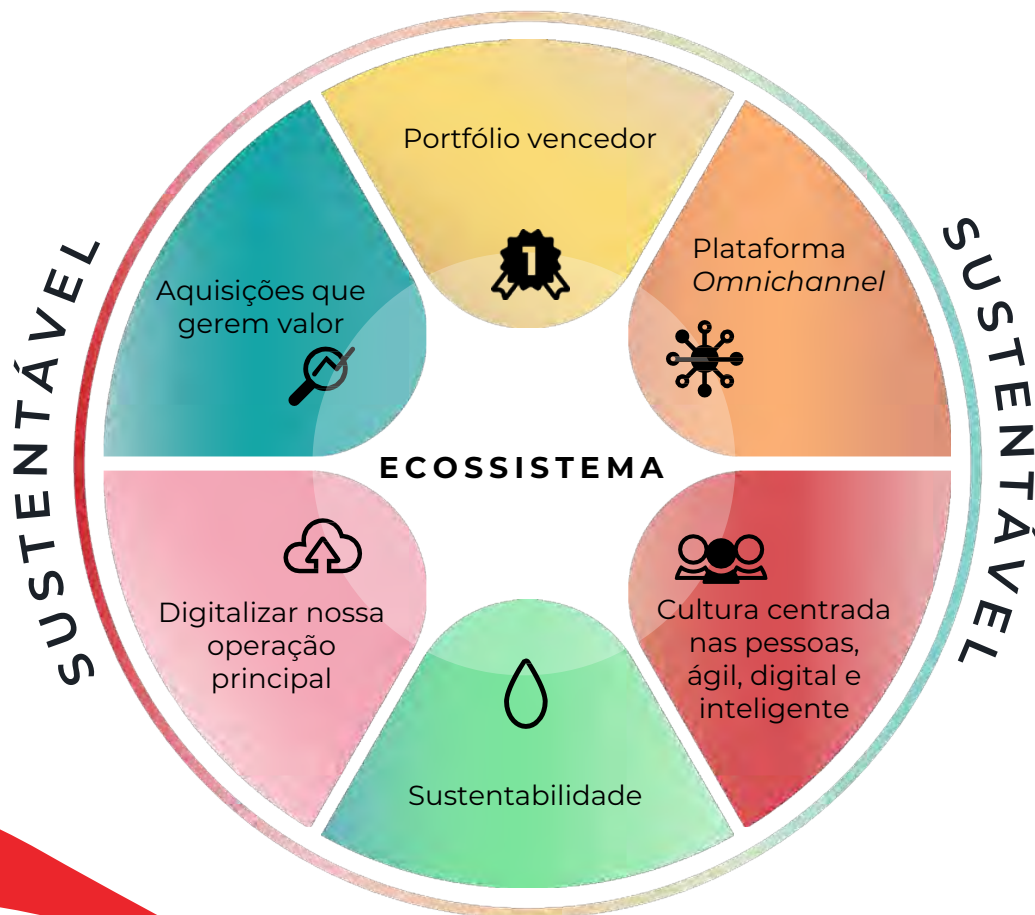
Para atender aos novos hábitos do mercado, nos reinventamos e adaptamos nossas operações para uma estratégia comercial *omnichannel*, que abarca diversos canais de comunicação e de venda.

Em 2021 nossa matriz, localizada no México, implementou uma nova estratégia corporativa baseada em seis pilares que tem como objetivo principal fazer com que a empresa se torne, cada vez mais, um negócio sustentável. Diante dos desafios que se apresentam no meio ambiente, com recursos cada vez mais escassos e, na sociedade, com o aumento da desigualdade, a necessidade de se transformar tornou-se urgente. A forma como garantimos a nossa Missão – “Satisfazer com excelência os consumidores de bebidas” – está mudando. Nesse processo, reafirmamos a nossa Visão: “Nos tornarmos o ecossistema comercial preferido e mais sustentável do mundo” – “Satisfazer com excelência os consumidores de bebidas”.



## CORREDORES ESTRATÉGICOS

1. Construir uma plataforma *omnichannel*.
2. Desenvolver um portfólio vencedor, que esteja centrado no cliente.
3. Promover uma cultura centrada nas pessoas que seja ágil e com conhecimento digital.
4. Colocar a sustentabilidade no coração da organização.
5. Digitalizar a operação.
6. Buscar ativamente aquisições que gerem valor.

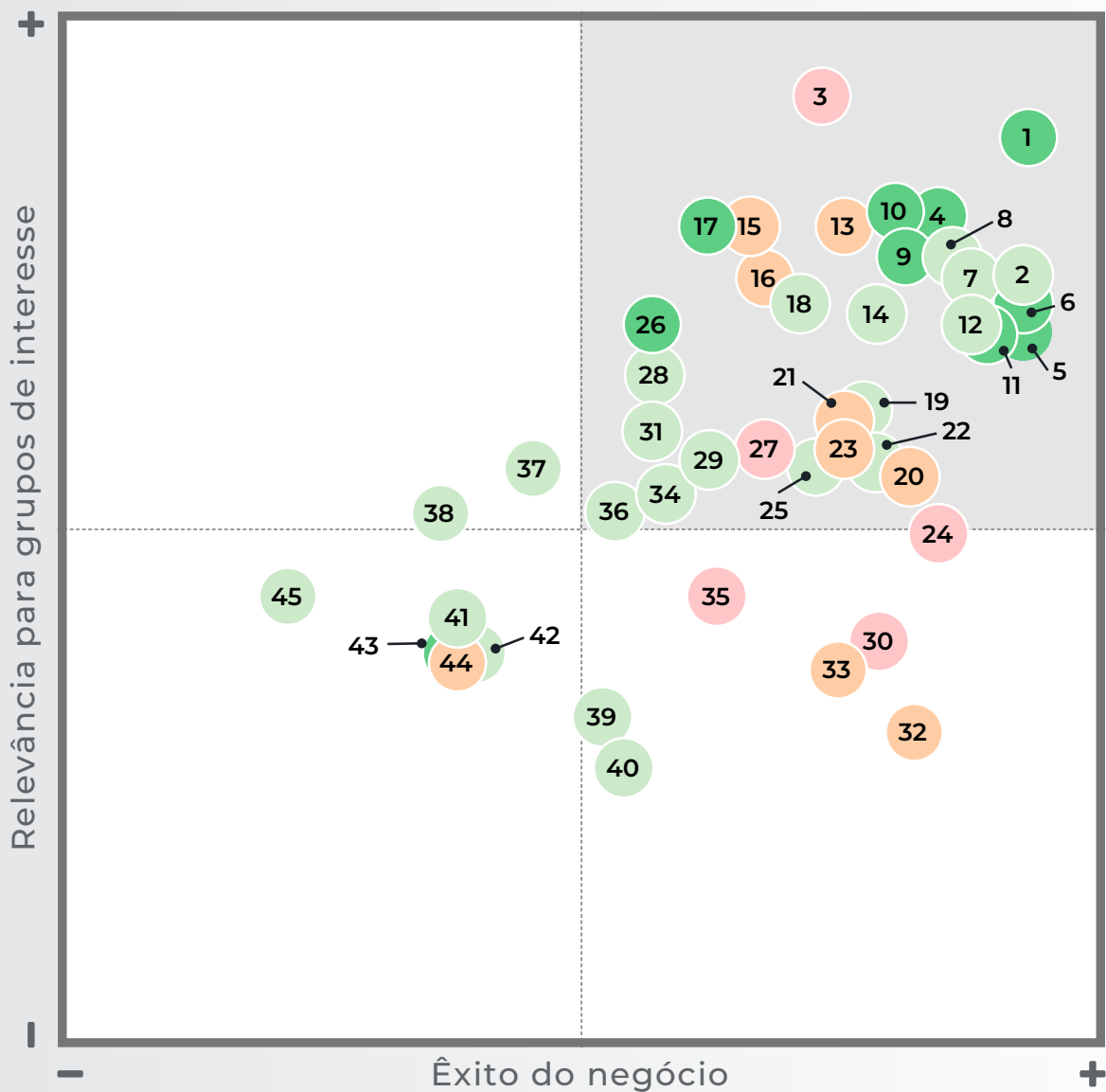




## Matriz de Materialidade

Em 2020, atualizamos nossa Matriz de Materialidade, na qual mapeamos os temas mais relevantes para o negócio e cruzamos com as necessidades atuais dos *stakeholders*. Com a análise final, foram identificados 45 temas materiais e 17 prioridades que direcionarão a es-

tratégia da empresa em todos os países em que atua pelos próximos anos. Os temas-chave foram divididos entre os eixos norteadores da estratégia da companhia: **Nosso Planeta, Nossa Gente, Nossa Comunidade** e **Governança Corporativa**.





## Nosso Planeta

- 1 Soluções para a Economia Circular
- 4 Redução de Emissões de Gases de Efeito Estufa
- 5 Mobilidade Sustentável
- 6 Adaptação da Mudança Climática
- 9 Gerenciamento de Energia: Renováveis e Eficiência
- 10 Acesso à Água, Saneamento e Higiene
- 11 Segurança Hidrológica Baseada em Contexto
- 17 Eficiência da Água
- 26 Resíduos Industriais – Economia Circular
- 43 Responsabilidade Ambiental – Produção de Derivados de Leite

## Nossa Gente

- 2 Qualidade Nutricional do portfólio
- 7 Diversificação do portfólio
- 8 Relacionamento com o Governo
- 12 Engajamento do Consumidor para Economia Circular
- 14 Apoio a Pequenas Empresas
- 18 Práticas de Divulgação e Comercial
- 19 Empoderamento Feminino
- 22 Relacionamento com Comunidade Local
- 25 Segurança da Informação & Cyber Segurança
- 28 GMOs/Rastreamento dos Ingredientes Transgênicos (GMO = Organismo Geneticamente Modificado)
- 29 Digitalização dos Clientes
- 31 Promoção de Hábitos Saudáveis
- 34 Engajamento do Cliente para Economia Circular
- 36 Suporte à Cadeia de Valor Local
- 37 Segurança de Rota

- 38 Informação e Qualidades dos Produtos
- 39 Medição de Satisfação do Cliente
- 40 Qualidade de Serviço para o Cliente
- 41 Relacionamento com Fornecedores e Gerenciamento de Termos e Condições
- 42 Mecanismo para Consumidores Trazerem Preocupações
- 45 Oportunidades para Jovens

## Nossa Comunidade

- 13 Direitos Humanos e Trabalhistas
- 15 Diversidade, Equidade e Inclusão
- 16 Segurança, Saúde e Bem-Estar
- 20 Cultura, Ética e Valores
- 21 Relações Trabalhistas
- 23 Normas para Fornecedores
- 32 Atração de Talentos
- 33 Compensação e Benefícios
- 44 Treinamento e Desenvolvimento

## Governança Corporativa

- 3 Integridade Global & Compliance
- 24 Melhores Práticas dos Executivos
- 27 Parcerias para Sustentabilidade
- 30 Compreensível Gerenciamento de Riscos
- 35 Código de Conduta

*A Coca-Cola FEMSA Brasil faz uso da mesma matriz de materialidade da unidade corporativa, no México.*



Considerando o estudo de materialidade, as diretrizes de sustentabilidade da companhia buscam uma abordagem

diferenciada. Nela, foram selecionadas **dez prioridades estratégicas** relacionadas à cadeia de valor da empresa.

|                                  | Fornecedores                                      | Operação KOF                              | Cliente                         | Consumidores/ Comunidades           |
|----------------------------------|---|---|---------------------------------|-------------------------------------|
| Economia Circular                | Soluções para a Economia Circular                 |   |                                 |                                     |
| Ação climática                   | Redução de Emissão de Gases de Efeito Estufa      |   |                                 |                                     |
|                                  | Mobilidade Sustentável                            |   |                                 |                                     |
|                                  | Adaptação de Mudanças Climáticas                  |   |                                 |                                     |
|                                  | Gerenciamento de Energia: Renováveis e Eficiência |   |                                 |                                     |
| Gestão da água                   |   | Segurança Hidrológica Baseada em Contexto |                                 | Acesso à Água, Saneamento e Higiene |
| Portfólio de produtos            | GMO's / Rastreamento de Ingredientes              | Qualidade Nutricional do portfólio        |                                 | Informação e Qualidade dos Produtos |
|                                  |   | Diversificação do portfólio               |                                 |                                     |
| Relacionamento com o Governo     |   | Relacionamento com Governos               |                                 |                                     |
| Propaganda & Marketing           | Propaganda e Práticas Comerciais                  |   |                                 |                                     |
| Apoio a pequenos negócios        |   |   | Desenvolvimento de Competências |                                     |
| Condições básicas de trabalho    | Direitos Humanos e do Trabalho                    |   |                                 |                                     |
|                                  |   | Segurança, Saúde e Bem-Estar              |                                 |                                     |
| Intensificar elementos culturais |   | Diversidade, Equidade e Inclusão          |                                 |                                     |
| Governança Corporativa           | Integridade Global & Compliance                   |   |                                 |                                     |



Atuamos de acordo com os princípios da responsabilidade corporativa e entendemos nosso papel como parte da sociedade, de contribuir para o bem-estar comum e do planeta, para além de nossa operação. Por isso, como parte da estratégia de sustentabilidade global,

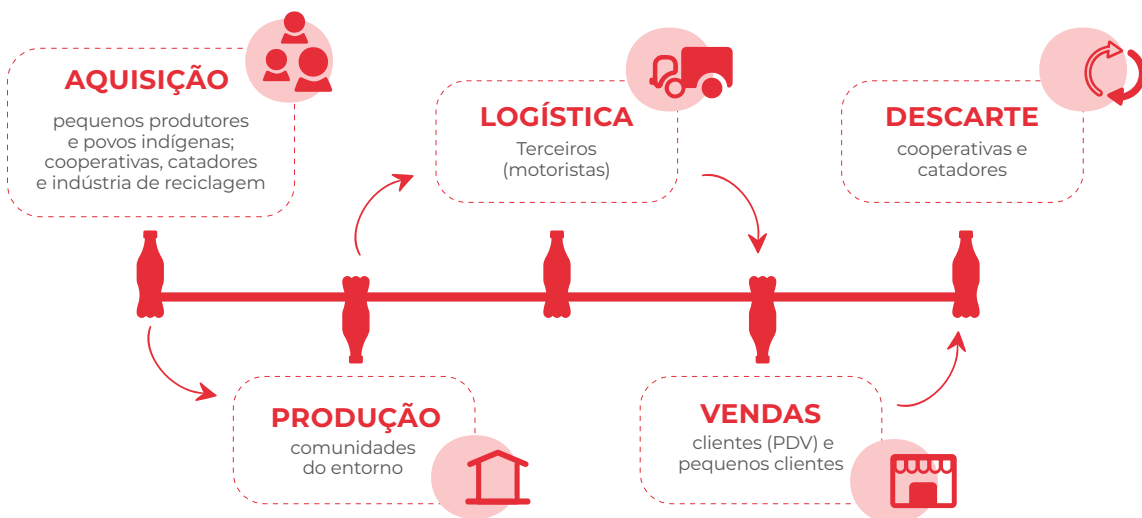
nos comprometemos com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), criados pela Organização das Nações Unidas (ONU) como um apelo global para erradicar os problemas mais urgentes enfrentados no mundo.



## Cadeia de valor

Em 2021, desenvolvemos um trabalho detalhado de mapeamento da nossa cadeia de valor. Nosso objetivo é identificar todos os públicos com os quais nos relacionamos, seja direta ou indiretamente. Além disso, por meio deste

processo, buscamos soluções para potencializar nossos impactos positivos. A figura a seguir ilustra como cada um desses públicos se relaciona com os principais marcos do nosso negócio..





Há também os públicos transversais (colaboradores e comunidade) que são impactados por todos os elos da cadeia.

A partir desta análise, foram relacionados os ODS impactados (positiva ou negativamente) por cada aspecto da operação e, na sequência, uma priorização de temas de atuação, com base na necessidade das comunidades envolvidas e do ponto de vista da estratégia de negócios. Os ODS considerados como prioritários para a companhia no Brasil, portanto, são os seguintes:



### ODS 5: IGUALDADE DE GÊNEROS

Buscamos diminuir a desigualdade de gênero entre os nossos colaboradores. Por isso, realizamos campanhas e ações para ampliar a participação de mulheres dentro da empresa, seja nos processos seletivos, nas promoções a cargos de liderança ou na capacitação em funções ocupadas majoritariamente por homens.

**PROJETOS QUE SE RELACIONAM AO ODS 5:  
PROGRAMA DIVERSIDADE, EQUIDADE E INCLUSÃO,  
ELAS NA LIDERANÇA, ESCOLA DE FORMAÇÃO,  
#ELASNOCOMERCIAL, ROTA PLURAL E EMPREENDA  
COMO UMA MULHER.**



### ODS 6: ÁGUA POTÁVEL E SANEAMENTO

A água além de ser um recurso natural primordial, também é nossa principal matéria-prima, e por isso atuamos ativamente em Pesquisa & Desenvolvimento para reduzir constantemente o consumo deste recurso em nossas operações. Usamos tecnologias inovadoras que possibilitam o reaproveitamento de água nas fábricas. Além disso, estamos no início da implantação de um projeto de neutralidade hídrica em duas unidades da empresa.

**PROJETO DE NEUTRALIDADE HÍDRICA,  
(MOGI DAS CRUZES E BAURU/SP),  
OLHOS DA SERRA (JUNDIAÍ/SP),  
GERAÇÃO + VERDE.**



### ODS 8: TRABALHO DECENTE E CRESCIMENTO ECONÔMICO

A Coca-Cola FEMSA Brasil investe em projetos de impacto positivo através de desenvolvimento comunitário, geração de renda, promoção de educação ambiental e outros. Estamos atentos às nossas responsabilidades, tanto com relação aos colaboradores como com os parceiros. A companhia possui um Código de Ética e, em 2021, publicou o seu Manual de *Compliance*, um guia com orientações sobre temas como anticorrupção, lavagem de dinheiro e proteção ao consumidor, entre outros, para ser seguido por nossos colaboradores e todos os terceiros que se relacionam com a empresa.

Já neste ano, analisamos mais de 13 mil fornecedores para verificar o cumprimento dessas orientações.

**PROJETOS QUE SE RELACIONAM AO ODS 8: SUSTENTAPET, RECICLAR PELO BRASIL, EDITAL "ACELERANDO IDEIAS PARA UM MUNDO MELHOR", CAPACITAÇÃO DE ORGANIZAÇÕES SOCIAIS, COLETIVO JOVEM, KOLABORA, EMPREENDA COMO UMA MULHER E KOF PREPARA.**



### ODS 10: REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES

Em seu território, a Coca-Cola FEMSA Brasil atua ativamente para apoiar pessoas em situação de vulnerabilidade, promovendo ações de proteção social, oferecendo projetos de capacitação profissional e gerando novas oportunidades de renda para quem precisa.

**PROJETOS QUE SE RELACIONAM AO ODS 10: PROGRAMA DE DIVERSIDADE - EQUIDADE E INCLUSÃO, VOLUNTARIADO, NATAL SEM FOME, POR TODAS AS MESAS, CAPACITAÇÃO DE ORGANIZAÇÕES SOCIAIS, EMPREENDA COMO UMA MULHER E EDITAL "ACELERANDO IDEIAS PARA UM MUNDO MELHOR".**



## ODS 12: CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS

Investimos em Pesquisa & Desenvolvimento para utilizar cada vez mais resina reciclada em nossas embalagens. Além disso, temos uma agregadora, a sustentaPET, que também coleta resíduos pós-consumo e fomenta a circularidade do plástico e evita o descarte incorreto no meio ambiente.

**PROJETOS QUE SE RELACIONAM AO ODS 12: MUNDO SEM RESÍDUOS ( *WORLD WITHOUT WASTE*, EM INGLÊS), SUSTENTAPET, RECICLAR PELO BRASIL, PLATAFORMA IKUS, REDE DE PARCEIROS SUSTENTÁVEIS, RENOVAÇÃO, CENTRO DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL DE ITABIRITO, INDICADORES QUE MONITORAM EFICIÊNCIA HÍDRICA DAS FÁBRICAS E CONSUMO DE ENERGIA LIMPA NAS PLANTAS.**



## ODS 13: AÇÃO CONTRA A MUDANÇA GLOBAL DO CLIMA

Temos um compromisso a nível global com a *Science Based Targets Initiative (SBTi)* de redução de emissões até 2030 nas operações e cadeia de valor e alcançar 100% de energia elétrica renovável. Como uma das ações para o atingimento da meta, investimos em uma frota piloto de caminhões elétricos para fazer a distribuição e logística de entrega dos nossos produtos em algumas regiões de São Paulo. Além disso, nove de nossas onze plantas utilizam energia renovável.

**PROJETOS QUE SE RELACIONAM AO ODS 13: COMITÊ DE MOBILIDADE SUSTENTÁVEL, COMITÊ DE MUDANÇAS CLIMÁTICAS, FROTA ELÉTRICA E USO DE ENERGIA LIMPA NAS FÁBRICAS.**

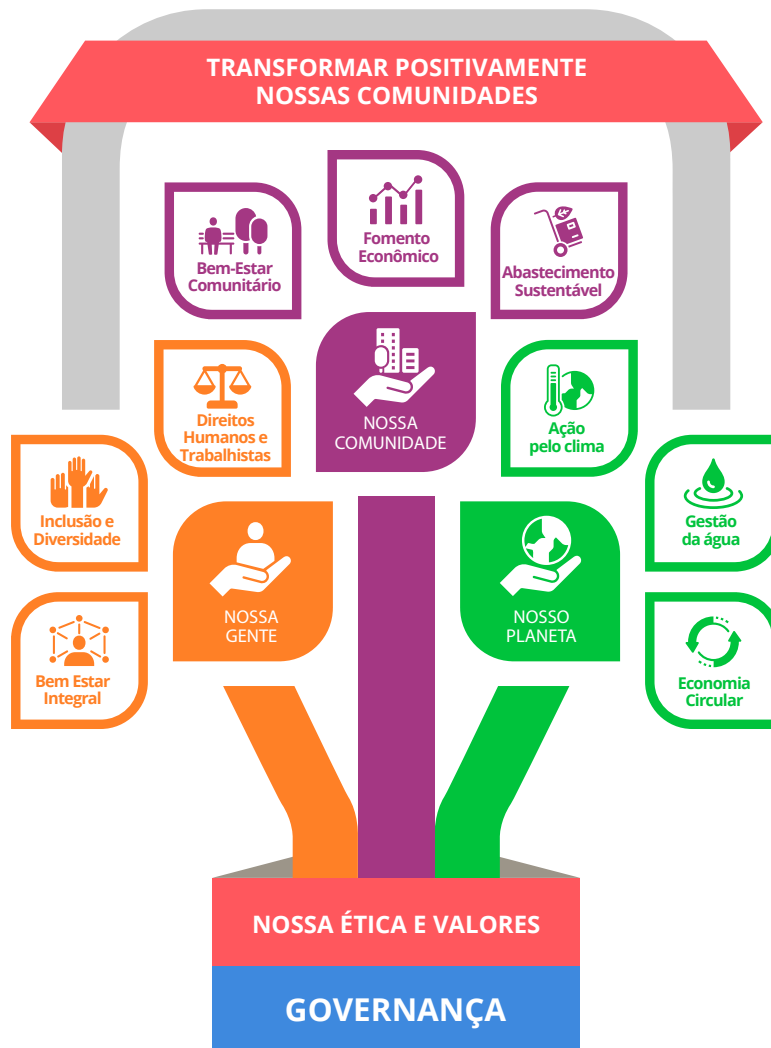




## Estratégia de sustentabilidade

Entendemos que a sustentabilidade como “a capacidade de gerar condições sociais, ambientais e econômicas para operar no presente, crescendo em harmonia com o entorno e a sociedade”<sup>1</sup>. Em 2021, atualizamos a estratégia de sustentabilidade, revisando seus pilares norteadores – *Nosso Planeta, Nossa Gente e Nossa Comunidade* – e integrando a Governança Corporativa em seu alicerce.

Alguns temas foram alterados com o objetivo de abranger as necessidades e oportunidades dos nossos *stakeholders*. No eixo *Nossa Gente* incluímos os temas “Direitos Humanos e Trabalhistas” e “Inclusão e Diversidade”, e no eixo *Nossa Comunidade* adicionamos o tema “Fomento Econômico”.



1. Fonte: Estratégia de Sustentabilidade FEMSA <https://drive.google.com/drive/folders/1JkwOW-QGq7dNI9n7x2HpEAX1TtnJbxO1m>



Dentro dos pilares que alicerçam a estratégia, atingimos diversos marcos nesses dois anos que valem ser destacados,

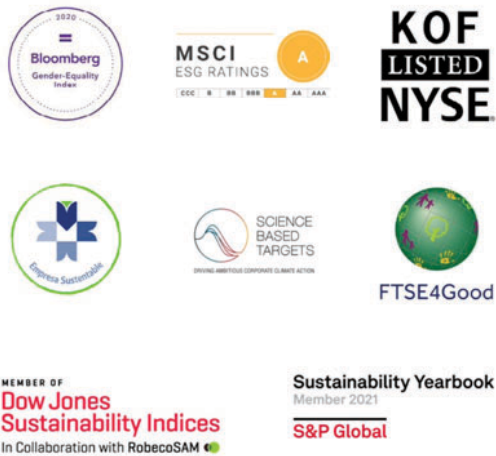
atestando nosso compromisso com a sociedade, com o planeta e com os nossos públicos.

| MEIO AMBIENTE  | SOCIAL  | GOVERNANÇA CORPORATIVA  |
|--|---|---|
| <p><b>sustentaPET</b><br/>+ de 3 bilhões de garrafas PET coletadas desde 2019, ano de lançamento do projeto</p>  | <p><b>+ de 4,4 mil cestas básicas</b> foram doadas em 2021, beneficiando 32 mil pessoas. Em 2022, doamos 10 mil cestas básicas e 15 mil Litros de água, com 40 mil pessoas beneficiadas. Além disso, no desastre natural de Petrópolis (RJ), beneficiamos 150 mil pessoas a partir de doações de águas da marca Crystal</p> | <p><b>+ de 13 mil colaboradores</b> em 2021 receberam treinamento sobre o Programa Global de Integridade e Conformidade (<i>Compliance</i>)</p>                         |
| <p>Aprovação em 2021 do projeto de neutralidade hídrica, cujo objetivo é devolver para a natureza toda a água captada pelas fábricas de Mogi das Cruzes e Bauru (SP)</p> | <p><b>+ 10 de mil cestas básicas doadas</b>, (somando os anos de 2021 e 2022) beneficiando mais de 40 mil pessoas</p>   | <p><b>+200 mil e 13 terceiros</b> (somando os anos de 2021 e 2022) analisados via programa Know Your Client, realizado pela área de Compliance da companhia</p>         |
| <p>Realização do RenovAção, projeto de educação ambiental com impacto social, realizado em Jundiá e Porto Alegre (RS) em 2021 e 2022</p>                                 | <p><b>+ de 300 mil pessoas</b> (somando os anos de 2021 e 2022) impactadas direta e indiretamente com os projetos sociais incentivados e/ou em parceria com o Instituto Coca-Cola Brasil e a Fundação FEMSA</p>   | <p>Treinamento e implementação de novas diretrizes a partir da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) para todos os colaboradores da Coca-Cola FEMSA Brasil</p> |
|  | <p><b>+ de 24 mil voluntários e 2,7 mil iniciativas</b> (somando os anos de 2021 e 2022) realizadas pelo Comitê de Desenvolvimento Social (CODES)</p>   |   |
|  | <p><b>+ de 110mil litros de água doados</b> para prefeituras e órgãos de defesa civil em apoio a vítimas de catástrofes ambientais com chuvas em SP, RJ e MG em 2022.</p>   |   |



## Reconhecimento Internacional

De forma a validar nossa atuação dentro de uma perspectiva sustentável, com práticas ESG, conquistamos reconhecimentos internacionais ao longo dos anos:



Esses reconhecimentos são decorrentes da atuação global da Coca-Cola FEMSA.

### OUTROS RECONHECIMENTOS

A Coca-Cola FEMSA Brasil recebeu, em 2022, duas importantes premiações:

Melhor fornecedor de refrigerante, pela Associação Gaúcha de Supermercados, e Melhor fornecedor na categoria de Não Carbonatados no Prêmio Tito Muffato 2022.

Unidades do Paraná receberam reconhecimentos em 2022 em três categorias – Selo SESI ODS:

#### CATEGORIA SOCIAL

Curitiba – Curso de Capacitação de ONGs

#### CATEGORIA AMBIENTAL

Maringá – Conversão de caldeira em biocombustível com aproveitamento de biogás da ETE

#### CATEGORIA INOVAÇÃO

Cascavel – Lavagem a seco de caminhões

Reconhecimentos em Maringá:

Selo Ipê Empresarial, nível Ouro, pela Prefeitura de Maringá (IPPLAN), além de reconhecimentos por projetos executados: Selo Social, pelo Instituto Rogerio Rosa, com o Empreenda como uma Mulher e Selo SESI ODS com a iniciativa Utilização de Biogás gerado na Estação de Tratamento de Efluentes na Caldeira e Lavagem dos Caminhões a Seco.



## Pegada Ecológica Coca-Cola FEMSA Brasil 2021 e 2022



Território: **São Paulo**

Fábricas: 4

Centros de Distribuição: 16

Colaboradores: 9.103

Volume de unidades de caixas\*:

2021 = 454,62 | 2022 = 462,25

Soma dos dois anos\*: 916,87

**SP** Volume em litros correspondente à produção\*:

2021 = 2.581,32 | 2022 = 2.624,66

Soma dos dois anos\*: 5.205,98

Pontos de venda: 183.329

Geladeiras: 188.091

Consumidores\*: 39,87

\*(em milhões)

Território: **Minas Gerais**

Fábricas: 1

Centros de Distribuição: 9

Colaboradores: 2.713

Volume de unidades de caixas\*:

2021 = 162,74 | 2022 = 159,04

Soma dos dois anos\*: 321,78

**MG** Volume em litros correspondente à produção\*:

2021 = 924,05 | 2022 = 903,04

Soma dos dois anos\*: 1827,09

Pontos de venda: 93.496

Geladeiras: 83.228

Consumidores\*: 16,99

\*(em milhões)



RJ

Território: **Rio de Janeiro**  
Fábricas: –  
Centros de Distribuição: 1  
Colaboradores: 396  
Volume de unidades de caixas\*:  
2021 = 20,31 | 2022 = 19,31  
*Soma dos dois anos\**: 39,62  
Volume em litros correspondente  
à produção\* :  
2021 = 115,31 | 2022 = 109,62  
*Soma dos dois anos\**: 224,93  
Pontos de venda: 10.832  
Geladeiras: 9.552  
Consumidores\*: 1,98  
\*(em milhões)

MS

Território: **Mato Grosso do Sul**  
Fábricas: 1  
Centros de Distribuição: 2  
Colaboradores: 1.019  
Volume de unidades de caixas\*:  
2021 = 35,03 | 2022 = 38,99  
*Soma dos dois anos\**: 74,02  
Volume em litros correspondente  
à produção\* :  
2021 = 198,89 | 2022 = 221,38  
*Soma dos dois anos\**: 420,27  
Pontos de venda: 17.014  
Geladeiras: 16.675  
Consumidores\*: 2,83  
\*(em milhões)

PR

Território: **Paraná**  
Fábricas: 2  
Centros de Distribuição: 7  
Colaboradores: 3.233  
Volume de unidades de caixas\*:  
2021 = 20,31 | 2022 = 19,31  
*Soma dos dois anos\**: 39,62  
Volume em litros correspondente  
à produção\* :  
2021 = 115,31 | 2022 = 109,62  
*Soma dos dois anos\**: 224,93  
Pontos de venda: 78.960  
Geladeiras: 64.950  
Consumidores\*: 12  
\*(em milhões)

SC

Território: **Santa Catarina**  
Fábricas: 1  
Centros de Distribuição: 5  
Colaboradores: 1.715  
Volume de unidades de caixas\*:  
2021 = 102,41 | 2022 = 104,97  
*Soma dos dois anos\**: 207,38  
Volume em litros correspondente  
à produção\* :  
2021 = 581,48 | 2022 = 596,02  
*Soma dos dois anos\**: 1.177,5  
Pontos de venda: 34.110  
Geladeiras: 37.009  
Consumidores\*: 7,76  
\*(em milhões)

RS

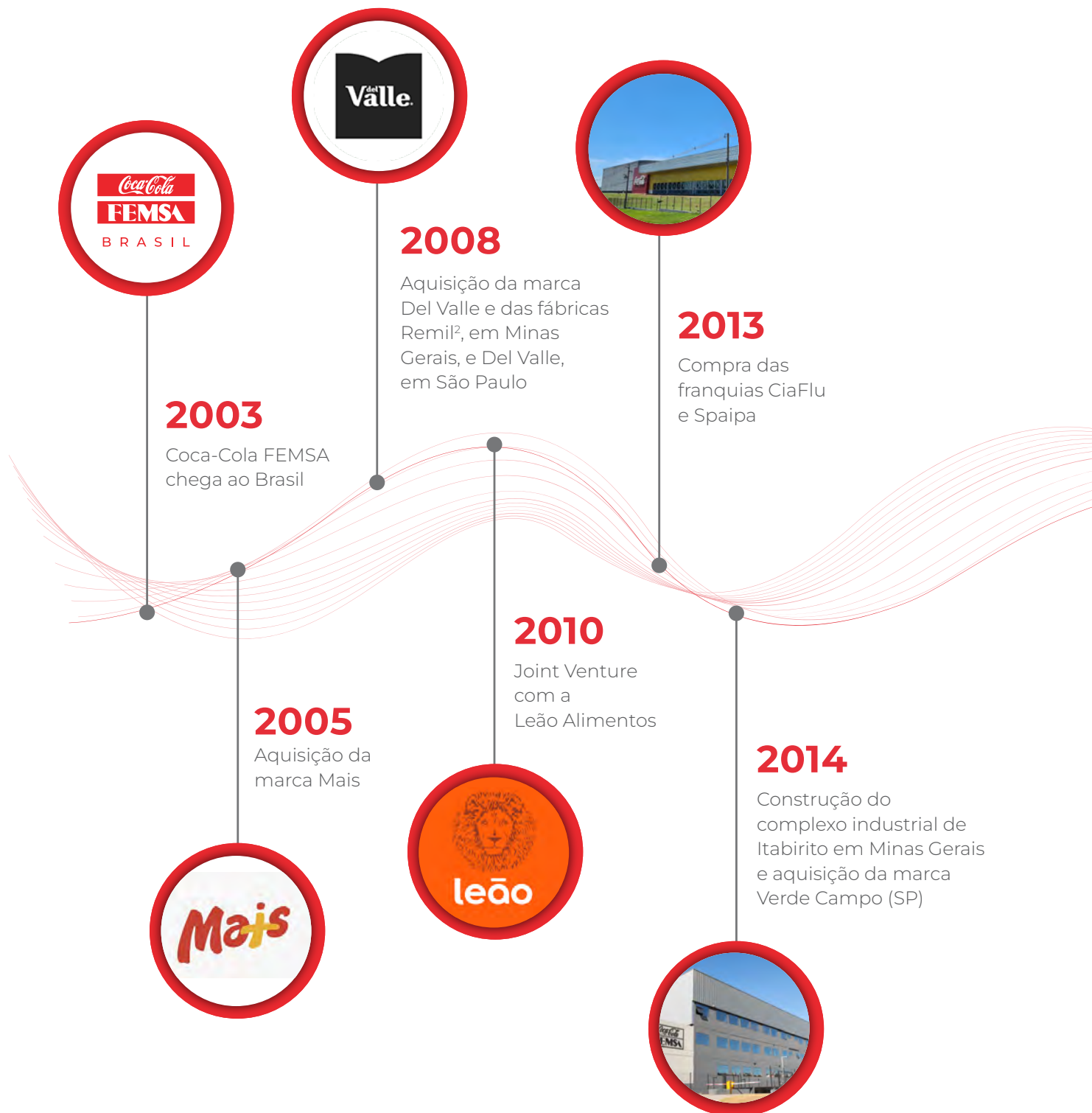
Território: **Rio Grande do Sul**  
Fábricas: 2  
Centros de Distribuição: 7  
Colaboradores: 3.102  
Volume de unidades de caixas\*:  
2021 = 111,15 | 2022 = 151,75  
*Soma dos dois anos\**: 262,9  
Volume em litros correspondente  
à produção\* :  
2021 = 631,11 | 2022 = 861,62  
*Soma dos dois anos\**: 1.492,73  
Pontos de venda: 57.393  
Geladeiras: 66.076  
Consumidores\*: 11,09  
\*(em milhões)

GO

Território: **Goiás**  
Fábricas: –  
Centros de Distribuição: –  
Colaboradores: –  
Volume de unidades de caixas\*:  
2021 = 5,05 | 2022 = 5,51  
*Soma dos dois anos\**: 10,6  
Volume em litros correspondente  
à produção\* :  
2021 = 28,68 | 2022 = 31,27  
*Soma dos dois anos\**: 59,95  
Pontos de venda: 2.137  
Geladeiras: 1.965  
Consumidores\*: 0,31  
\*(em milhões)



## LINHA DO TEMPO





## LINHA DO TEMPO



**2016**

Aquisição da fábrica Vonpar, em Porto Alegre (alcançando 49% do volume de vendas dos produtos da The Coca-Cola Company no território brasileiro)



**2018**

Lançamento da água premium Smartwater



**2020**

Ações em combate à pandemia de Covid-19

**2017**

Aquisição da marca Ades



**2019**

Inauguração do galpão e escritório da sustentaPET, em Osasco-SP



**2021/2022**

Negociação e aquisição da fábrica de Santa Maria (CVI)





**MEIO AMBIENTE**

## 2. MEIO AMBIENTE

### Nosso Planeta

Representado na nossa estratégia pelo pilar Nosso Planeta, temos como eixos norteadores os temas “Gestão da Água”, “Economia Circular” e “Ação pelo Clima”.

### Gestão da Água

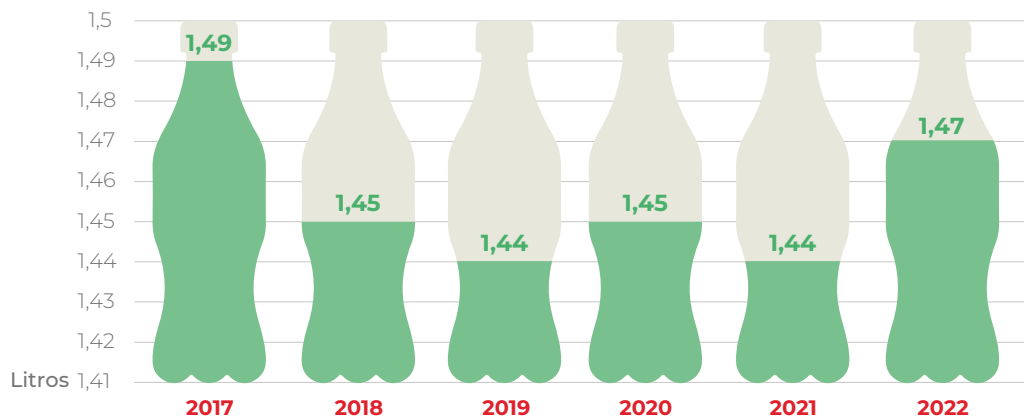
A água é um recurso fundamental para a fabricação de nossos produtos e, consequentemente, para o nosso negócio. Sabemos da importância de promover ações para que seu consumo seja gradualmente mais eficiente. Com esse objetivo, a empresa investiu em 2022 USD 3 milhões (mais de R\$ 15 milhões) em projetos de melhoria de gestão hídrica em suas plantas.

Um desafio em 2021 foi o cenário de escassez hídrica em alguns territórios de atuação da companhia e que nos exigiu atenção redobrada em termos de planejamento e utilização de água na

operação. Em contrapartida, em função da pandemia, os protocolos de segurança sanitária exigiram uma rotina de limpeza mais constante, o que provocou o aumento do nosso consumo<sup>3</sup>.

Em 2021, atingimos a marca de utilização de 1,44 litros de água para cada litro de bebida engarrafada. Já em 2022, com a compra da fábrica de Santa Maria (CVI), foram necessários 1,475 litros de água para cada litro de bebida produzida. Para os próximos anos, planejamos retomar a redução gradual deste insumo.

Histórico de quantidade de litro de água gasto por cada litro de bebida



3. É importante ressaltar que o aumento do consumo de água em 2021 foi na operação global devido aos novos protocolos sanitários exigidos para evitar a propagação da pandemia de Covid-19. Não houve aumento de consumo de água na produção das bebidas do portfólio.



Algumas fábricas destacaram-se no racional de consumo de água por litro de bebida fabricada, como: Mogi das Cruzes(SP) (1,25 l em 2021 e 1,21 l em 2022), Bauru(SP) (1,32 l em 2021 e 1,25 l em 2022), Curitiba(PR) (1,39 l em 2021 e 1,41 l em 2022) e Antônio Carlos (SC) (1,43 l em 2021 e 1,36 l em 2022).

Durante o ano de 2021 houve atualização na metodologia de cálculo deste indicador, aprimorando ainda mais esta análise. Dentre as ações de melhoria, evidenciam-se especialmente as relacionadas a processos de sanitização das unidades.

Com relação aos efluentes das fábricas, todas as plantas possuem estações de tratamento. A fábrica de Mogi das Cruzes não possui estação de tratamento de efluentes. Contudo, o efluente bruto é encaminhado para tratamento em uma estação pública operada pela Sabesp.

A planta de Maringá conta com a certificação LEED (*Leadership in Energy and Environmental Design*) e foi desenvolvida, desde o seu projeto e construção, seguindo requisitos específicos para obter essa distinção. A fábrica atende as iniciativas do programa Top 10 Water Saving Iniciações, desenvolvido pela The Coca-Cola Company, que reúne práticas para reduzir o consumo de água no processo de fabricação. Entre elas, estão a captação de água de chuva, a utilização de efluente tratado nos vasos sanitários, que totalizou no ano de 2021 a recuperação de mais de 2 mil m<sup>3</sup>. Esse reaproveitamento só possível graças a eficiência da estação de tratamento de

efluentes (ETE) da unidade, que conta com performance acima de 98% de remoção de carga. Além disso, conta com a reutilização da água da lavadora de garrafas de vidro nas torres de resfriamento, o que representa um ganho de 3.611.200 Litros de água por mês, e ainda a lubrificação de esteiras e limpeza de piso, com ganho de 3.800.000 de litros de água por mês.

### **Neutralidade hídrica | Mogi das Cruzes e Bauru (SP)**

O projeto de neutralidade hídrica nas plantas de Mogi das Cruzes (SP) e Bauru (SP), responsáveis pelo envase da Água Crystal, foi aprovado em 2021. Em parceria com a ONG SPVS (Sociedade de Pesquisa em Vida Selvagem e Educação Ambiental) e parceiros locais, teve início em 2022 (terá duração de cinco anos) e tem como objetivo principal promover a conservação de áreas naturais por meio do desmatamento evitado e repor a água nas bacias hidrográficas do Alto e Médio Rio Tietê, responsáveis pelo abastecimento de nossas plantas.

### **Olhos da Serra | Jundiá (SP)**

Com o objetivo de conservar 2.071 hectares da Serra do Japi, um importante remanescente florestal da Mata Atlântica do estado de São Paulo, a iniciativa utiliza o mapeamento via satélite para monitorar a região, além de contar com câmeras e placas de sensibilização. A ação, que em novembro de 2021 teve sua primeira etapa iniciada, busca também educar e conscientizar a popula-



ção sobre a importância de se manter uma região de riqueza hídrica e de diversidade de flora e fauna preservada.

A coordenação do projeto é do Consórcio Intermunicipal das Bacias dos Rios Piracicaba, Capivari e Jundiá (Consórcio PCJ) e da Associação dos Amigos dos Bairros de Santa Clara, Vargem Grande, Caguassu e Paiol Velho (SAB Santa Clara) e conta com nosso apoio, além do patrocínio da Coca-Cola Foundation e GETF (*Global Environment & Technology Foundation*).

Já em 2022, foram realizados estudos de análises espaciais que trouxeram informações e possibilidade de entender melhor o território em relação a seus recursos hídricos. Com esse diagnóstico, foi possível estabelecer metodologias de monitoramento e indicadores ambientais que trarão resultados positivos para a região de Jundiá.



**Biodiversidade |**

A biodiversidade é a rica variedade de seres que temos na natureza. Protegê-la é fundamental para que animais e plantas continuem vivendo. Na Serra do Japi temos muitas espécies que só existem aqui e outras que infelizmente estão ameaçadas de extinção.

**O que fazer?** Respeitar as áreas naturais, visitar seguindo as regras do local, não jogar lixo, evitar qualquer impacto, não retirar nada da floresta. Leve apenas fotos e bons momentos da natureza!

**Matas Ciliares |** Mata ciliar é o nome dado à vegetação que é encontrado ao redor de nascentes e rios. Essa vegetação é muito importante para proteger esses recursos, serve de barreira para ainda absorver excessos de água ou atuam devolvendo a água absorvida em épocas de escassez.

**O que fazer?** A vegetação das matas ciliares é muito sensível, cuide para mantê-las preservadas, se quiser ajudar, participe de ações de plantio de espécies certas.



**Água Potável |** Manter a floresta sadia e de pé ajuda a manter o ciclo das águas, fundamental para que tenhamos água em quantidade e qualidade que precisamos para nossa biodiversidade e nossa vida. A floresta ajuda a infiltrar água no solo pela ação de suas raízes e ainda absorve e devolve água por transpiração para a atmosfera.

**O que fazer?** A floresta nativa deve ser mantida de pé! Ajude a difundir essa informação. Explique a importância da mata para o ciclo da água!

**Nascentes |** As nascentes são afloramentos de água que vêm do subsolo. Essas águas infiltram em solo permeável e pela ajuda da ação da vegetação e animais. O desmatamento, a erosão e demais mudanças podem levar à contaminação ou até ameaçar a existência de nascentes.

**O que fazer?** Verifique em sua região se há poços de captação de água ou fossas e como estão instalados, lembre a todos sobre a necessidade de instalação correta e manutenção. Para completa, não descarte lixo no solo ou águas contaminadas.

**Alimentos |** Você sabia que manter a floresta e a biodiversidade impacta a produção de alimentos? Precisamos das abelhas demais polinizadores, da biodiversidade para reduzir a proliferação de pragas e da floresta para ter água e solo de qualidade.

**O que fazer?** Evite ações que gerem gases que impactam o abeinte, ote por caronas seguras, evite materiais descartáveis, escolha opções mais naturais. Evite desperdícios, preserve e contribua para a natureza!

**Alimentos |** Você sabia que manter a floresta e a biodiversidade impacta a produção de alimentos? Precisamos das abelhas demais polinizadores, da biodiversidade para reduzir a proliferação de pragas e da floresta para ter água e solo de qualidade.

**O que fazer?** Existem muitas práticas modernas e sustentáveis para produzir alimentos com menor impacto. Evitar agrotóxicos, trocar de culturas, plantar espécies nativas dentre os cultivos. Espalhe a notícia!

**Doenças |** Muitas doenças e pragas ficam restritas e em equilíbrio no meio de áreas naturais, remover a floresta pode fazer com que tais doenças cheguem nas populações humanas. Ao mesmo tempo, muitas de nossas doenças podem migrar e atacar espécies selvagens que têm como se defender como nós.

**O que fazer?** Podemos visitar áreas naturais sem causar tanto impacto, não há necessidade de desmatar. Lute pela conservação de nossas florestas e lembre que elas nos ajudam a ter uma vida mais saudável também!

**Desastres Naturais |** Já viu rachaduras no solo? É o processo de erosão que gera diversos riscos como o de deslizamentos. E o acúmulo de sedimentos em rios? O assoreamento que impacta quantidade e qualidade de águas. Preservar a mata nativa ajuda a reduzir esses impactos.

**O que fazer?** Em áreas inclinadas, encostas, topos de morro e no entorno de rios e lagos devemos manter a vegetação natural! Assim, teremos menor risco de desastres. Divulgue a todos!

## Geração + Verde



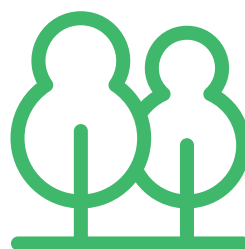
Nossa parceria com a Fundação SOS Mata Atlântica e a Prefeitura de São Paulo teve início em 2017, visando doar 300 mil mudas de árvores nativas da Mata Atlântica e plantar outras 300 mil no interior e na capital de São Paulo. A ação envolve a seleção e aquisição de mudas em viveiros, plantio, manutenção e monitoramento em locais estratégicos com foco na recuperação de matas ciliares em bacias hidrográficas, importantes para a produção de água e conservação da biodiversidade.

A iniciativa está em linha com nossas estratégias e metas para o tema hídrico. Com os projetos de conservação e restauração florestal, contribuímos para a conservação de água, tornando os ambientes mais resilientes aos extremos. Apesar de a restauração florestal ser o cerne do Geração +Verde, a iniciativa tem desdobramentos importantes, como as ações de mobilização e sensibilização junto à população e colaboradores da companhia, promovendo atividades nos parques municipais de São Paulo, como plantio, contação de histórias, medição da qualidade da água, realização de mutirões de limpeza e valorizando a importância dos parques urbanos, principalmente para grandes cidades.

O projeto precisou ser suspenso em março de 2020 por conta da pandemia, mas retomou suas atividades um ano depois.

Ao longo da implementação, foram realizadas quatro ações de educação ambiental, com o plantio de 100 mudas nativas e a participação de 846 pessoas, uma média de 212 pessoas por ação. Além disso, o projeto apoiou o evento “Viva a Mata 2022”, com alcance de 730 pessoas nas atividades presenciais e 14 mil visualizações da solenidade no Facebook e YouTube.

|      | Mudas plantadas | Mudas doadas |
|------|-----------------|--------------|
| 2018 | -               | 75.000       |
| 2019 | 45.800          | 62.300       |
| 2020 | 194.450         | 15.150       |
| 2021 | -               | 16.400       |
| 2022 | 59.750          | 10.000       |



**A Soma de mudas doadas = 178.850**

O Geração +Verde contribuiu para a restauração florestal de 196,90 hectares, distribuídos em três municípios no estado de São Paulo: Analândia, Jundiá e São Paulo. O projeto possibilitou ainda a proteção de mananciais de água para abastecimento público, e, também, para a restauração da conectividade ecológica. Do total de 300 mil mudas a serem doadas, a Prefeitura de São Paulo se comprometeu a receber 200 mil, já tendo recebido 153.620 mudas.

## Resíduos

A Coca-Cola FEMSA Brasil tem um forte compromisso com a destinação adequada dos resíduos que gera, tanto nas operações das fábricas quanto com as embalagens dos seus produtos.

Nas plantas fabris, todo resíduo produzido é processado e descartado corretamente para ser reciclado. Em 2021 e 2022, 100% dos resíduos gerados nas nossas fábricas foram desviados de aterros sanitários, totalizando nos dois anos 87.975 toneladas.



## zero WASTE

Embora todas as nossas fábricas desviem 100% dos resíduos de aterros sanitários, Marília (SP) foi a primeira planta da operação no Brasil a ser auditada e a receber certificação Zero Waste. As demais fábricas passaram por este procedimento ao longo do ano de 2022, exceto a unidade de Santa Maria (RS), que realizará o processo de certificação em 2023.

O Zero Waste é um programa criado pela Coca-Cola Company que tem como objetivo incentivar as unidades a zerarem seus resíduos até 2030. A operação é auditada externamente e conta com quatro etapas: diagnóstico, comunicação, implementação e monitoramento/melhoria. Os indicadores são avaliados mensalmente e quando a fábrica não gera resíduo por três meses seguidos, ela pode solicitar o certificado com duração de três anos.



Nós também participamos do programa *World Without Waste* (Mundo Sem Resíduos), meta global da The Coca-Cola Company anunciada em 2018, que visa coletar o equivalente a 100% das garrafas PET colocadas no mercado com produtos da marca. Este programa abraça os pilares *Design, Collect & Partner*, e a Coca-Cola FEMSA Brasil desenvolve ações significativas em cada um deles, promovendo a economia circular:

## Design

Investimos para aumentar cada vez mais o uso de resina reciclada na produção de nossas embalagens: atualmente, 27,3% de todas as nossas embalagens de PET são produzidas com resina reciclada em sua composição.

Também empregamos esforços para diminuir o peso das embalagens (*lightweight*) utilizadas nas plantas. Em 2021, 2.385,7 toneladas de materiais deixaram de ser utilizadas, representando uma economia de R\$ 17.961.758,00. Já em 2022, foram 1.936,59 toneladas, que contribuíram para uma economia de R\$ 15.401.812,42. Além disso, em nossas fábricas de Jundiaí (SP) e Itabirito (MG) já utilizamos garrafas de 200 ml feitas 100% de resina reciclada (rPET). Também temos promovido uma série de campanhas para engajar o consumidor final a adquirir mais produtos com embalagens retornáveis. Em nosso portfólio disponibilizamos quatro tipos de embalagens com este perfil:

| TIPO DE EMBALAGEM   | Material         | Categoria de PDV   |
|---|------------------|--|
|    | Vidro retornável | bar boteco, bar mercearia, bar restaurante, restaurante, padaria                                   |
| <b>KS (290 ml ou 310 ml)</b>  |                  |  |
|    | vidro retornável | bar boteco, bar mercearia, bar restaurante   |
| <b>600 RGB</b>  |                  |  |
|   | Vidro retornável | mercearia, supermercado o (foco no As 1-4*), bar mercearia, bar boteco, padaria, açougue e sacolão |
| <b>LS 1L</b>  |                  |  |
|  | PET retornável   | supermercado, mercearia, bar mercearia, padaria, açougue   |
| <b>RefPET 2L</b>  |                  |  |

\* Produto prioritário para o canal de H&S 1-4, que pretendemos desenvolver e fortalecer dentro dos minimercados (mercados de até quatro caixas).

Entre 2021 e 2022, destacaram-se as seguintes campanhas de retornáveis:

**Vamos Ser Diferentes** – A promoção de retornáveis da Coca-Cola FEMSA Brasil, intitulada de “Vamos Ser Diferentes”, está alinhada às estratégias de sustentabilidade de um “Mundo sem Resíduos”. O prêmio acontece na mecânica tradicional do “achou, ganhou”. A ação teve início no mês de abril de 2022 e contou com dez resultados em veículos de marketing e sustentabilidade, como o Portal Conecta Verde, além de registros em veículos locais de Belo Horizonte. Uma parceria entre a Coca-Cola FEMSA Brasil e a Coca-Cola Company também promoveu o evento “Vamos Ser Diferentes”, no mês de maio no Parque Villa Lobos, na cidade de São Paulo, que apresentou aos consumidores e visitantes do local todo o processo de reciclagem das garrafas, além de reforçar a comunicação da promoção.

**Promoção Clássicos KS** – Junte três tampinhas de KS e ganhe um porta-copo imantado (dez modelos disponíveis).

**Só se for Agora (campanha promovida em duas etapas)** – Na compra de retornável dois litros dos produtos Fanta Laranja, Fanta Uva ou Coca-Cola sem açúcar = dois selos; na compra de retornável dois litros da Coca-Cola original = um selo.

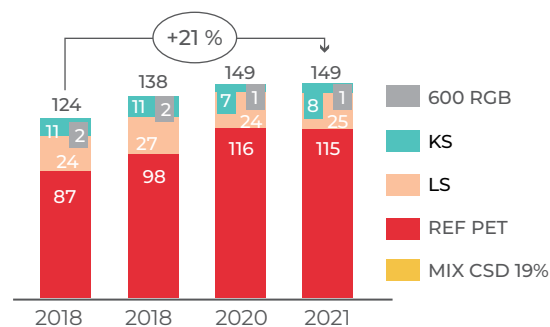
**Fevereiro a maio** – Acumule selos e troque por uma luva de forno, avental, ecobag ou pano de prato.

**Outubro a dezembro** – Ganhe uma ecobag na compra de duas retornáveis RefPET.

**Retornável todo dia** – Válida somente para embalagens com tampa amarela que trazia um *pin-code* para cadastrar no site e participar de sorteio com diversos prêmios.

Como resultado destas campanhas e iniciativas temos visto um crescimento constante na aquisição de retornáveis. Nos últimos quatro anos, esse aumento foi de 28,7% do nosso volume, com representação de 18,4% das vendas totais de refrigerantes distribuídos pela Coca-Cola FEMSA Brasil.

Volume MMUC Retornáveis 18-21



Em 4 anos crescemos 21% do nosso volume de embalagens retornáveis, e hoje 149 MMUC representam 19% das vendas totais de Refrigerantes

Em 2022, continuamos avançando no processo das rotuladoras, que consiste na unificação do tipo de embalagem das garrafas, ou seja, uma mesma garrafa podendo envasar diferentes produtos. A iniciativa já ocorre nas unidades de Marília (SP), Itabirito (MG) e Porto Alegre (RS), e facilita o processo de reuso das embalagens.

Para os próximos anos a ideia é que cada vez mais tenhamos a cultura das garrafas retornáveis entre nossos consumidores, demonstrando que retornar com a garrafa ao comprar não traz benefícios somente no preço do produto, mas também ao planeta.

## Collect

# sustentaPET

Estamos comprometidos com a meta estabelecida pela campanha *World Without Waste* e pretendemos atingi-la até 2030. Para isso, criamos a sustentaPET, uma iniciativa com alto índice de impacto social e que engloba, em uma só frente, geração de renda, dinamização da cadeia de reciclagem de PET no país, ampliação e melhoria do ciclo de logística reversa e no cenário comercial da resina reciclada. Para isso, firmamos parcerias com catadores e cooperativas que recolhem garrafas plásticas pós-consumo e vendem para a sustentaPET por um valor competitivo de mercado, valorizando a cadeia, como por exemplo nossa colaboração com a COOPERCAPS (Cooperativa de Coleta Seletiva da Capela do Socorro).



No centro de coleta, as garrafas PET são separadas por grau de contaminação, cor, prensadas e vendidas para as indústrias de reciclagem que as transformam em resina reciclada. A companhia compra essa resina para utilizá-la na produção de novas embalagens, fechando, assim, o ciclo de consumo, destinação adequada, coleta e indústria transformadora.

Desde 2019 já coletamos mais de 86 mil toneladas de PET, sendo 28.493 toneladas ao longo de 2021 e 45.492 toneladas em 2022 (cuja meta era 42 mil/ano). Além de superar o número proposto, geramos valor econômico, bem-estar social e ambiental na sociedade. Temos 234 fornecedores cadastrados (catadores, coletores individuais, cooperativas, ferros-velhos, ONGs, empresas de plástico e grandes recicladoras).

Atualmente, a sustentaPET conta com quatro unidades: Mutinga (SP), Porto Real (RJ), Belo Horizonte (MG) e Porto Alegre (RS) e há, ainda, a previsão de expansão para mais uma unidade em 2023. Com todo esse reforço, temos uma meta desafiadora para 2023, a fim de coletarmos 100% do que colocamos de PET no mercado até 2030.

Buscamos manter nossas parcerias com diversas organizações, como governos locais dos territórios em que atuamos a ANCAT (Associação Nacional dos Catadores) e Reciclar pelo Brasil para aumentar ainda mais o impacto da sustentaPET. Desde 2019, já foram coletadas e recicladas mais de 3 bilhões de garrafas plásticas.

| Ano  | Toneladas de PET reciclados |
|------|-----------------------------|
| 2019 | 737                         |
| 2020 | 11.988                      |
| 2021 | 28.493                      |
| 2022 | 45.492                      |

Estamos no caminho por um mundo sem resíduos. Geramos valor econômico, bem-estar social e ambiental na sociedade.

A Coca-Cola FEMSA Brasil, em decorrência de todo trabalho que vem sendo realizado com a economia circular e a cadeia de reciclagem, venceu na categoria **Gestão Sustentável o Prêmio Plástico Sul 2022** de Inovação e Sustentabilidade.

### Partner

Estamos sempre atentos a novas parcerias e promovemos educação ambiental com dois projetos, o Reciclar pelo Brasil e o RenovAção.

### Reciclar pelo Brasil



O Reciclar pelo Brasil é um projeto realizado em parceria com diversas empresas, entre elas a Coca-Cola FEMSA Brasil, e a ANCAT, que é responsável pela execução do projeto. Em operação desde 2017, seu objetivo é aumentar a quantidade de materiais reciclados recolhidos no país.

Para além de atender os cumprimentos da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), o projeto visa profissionalizar o mercado de reciclagem, de modo a elevar a renda dos catadores e das cooperativas, e a trazer novos conceitos de economia circular. A plataforma presta assessoria na regularização e profissionalização do trabalho das cooperativas e associações, além de fazer investimento direto para melhorar a estrutura e, conseqüentemente, a performance dos beneficiados. Em 2021, 44% dos recursos foram direcionados ao auxílio emergencial de Covid-19, 23,5% para a livre utilização e custeio da operação e 14,8% para a compra de veículos.

As cooperativas são selecionadas por meio de edital e recebem uma equipe da ANCAT para identificar pontos de melhoria e traçar um plano de desenvolvimento que é monitorado mensalmente. Desde o seu início, o projeto já apoiou 428 cooperativas e associações distribuídas em 291 cidades no Brasil. Mais de 500 milhões de quilos de resíduos já foram desviados de lixões e ater-

ros e convertidos em material reciclado, e R\$ 300 milhões já foram convertidos em renda para catadores associados.

### Histórico de resíduo reciclável recolhido no território Coca-Cola FEMSA Brasil

|             |                      |
|-------------|----------------------|
| <b>2019</b> | 65,88 mil toneladas* |
| <b>2020</b> | 59,29 mil toneladas* |
| <b>2021</b> | 71,66 mil toneladas* |
| <b>2022</b> | 57,990 mil toneladas |

*\*Estes valores foram atualizados de acordo com a nova base de dados do Reciclar pelo Brasil. Até 2020 os números coletados referem-se a todo o projeto, mas a partir de 2021 os números passam a apresentar o recorte do resíduo reciclado recolhido no território Coca-Cola FEMSA Brasil. O sistema realizou o cálculo retroativo, conforme demonstrado acima.*

Em 2021, a operação das cooperativas do Reciclar pelo Brasil representou um faturamento de R\$ 102,5 milhões. Já em 2022, o faturamento foi de R\$ 102,48 milhões.

|                                 | 2021                       | 2022                       |
|---------------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Toneladas de coleta de resíduos | 557.886                    | 23.360                     |
| Cidades atendidas               | 234                        | 64                         |
| Faturamento das cooperativas    | R\$ 346 milhões            | R\$ 49.270 milhões         |
| Número de catadores atendidos   | 2.728                      | 2.090                      |
| Nº de cooperativas              | 124                        | 95                         |
| Média mensal por cooperado      | R\$ 1.279,34 mês/cooperado | R\$ 1.437,25 mês/cooperado |



## Educação Ambiental

### Programa de Educação Ambiental |

#### Planta Itabirito

A partir da crença de que todos têm direito à educação cidadã e ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, a Coca-Cola FEMSA Brasil implantou em Itabirito o Programa de Educação Ambiental (PEA), com o objetivo de contribuir para a preservação do meio ambiente, a educação ambiental e o desenvolvimento sustentável.

Nesse programa, todos ganham: o meio ambiente, os colaboradores e a comunidade! Os resultados gerais do programa serão apresentados a seguir:



**8 projetos executados anualmente**



**+ de 6 mil beneficiados nos últimos 2 anos**



**4 municípios impactados**

(Itabirito, Nova Lima, Brumadinho e Moeda)

## RenovAção



A iniciativa é resultado da parceria com a Unidade de Gestão da Educação da Prefeitura Municipal de Jundiaí (SP), e conta com a execução técnica do GAIA Social. O RenovAção é realizado em dez EMEBs – Escolas Municipais de Educação Básica – com o objetivo de contribuir com o município na educação de alunos sobre temas ambientais e na execução de seu Plano Municipal de Gestão de Resíduos e na preservação de seus recursos hídricos.



Realizar oficinas e formações de educação ambiental em dez escolas de Jundiaí (SP)



Fomentar produção de conhecimentos, conteúdos e vivência em sustentabilidade nas dez escolas



Implementar soluções práticas de sustentabilidade nas escolas, com foco em gestão de resíduos e uso racional da água



Apoiar o município de Jundiaí (SP) na execução do seu plano municipal de gestão de resíduos, através do fomento à educação ambiental com foco na coleta seletiva e na melhor gestão de seus recursos hídricos.



## Principais resultados (2021 e 2022)

- | **7.040 alunos**, de **12 escolas**, envolvidos nas atividades
- | **Dez vídeos** animados sobre resíduos sólidos e recursos hídricos
- | **Dez vídeos** produzidos por alunos e professores das escolas participantes sobre aspectos de sustentabilidade
- | Formação em resíduos sólidos, recursos hídricos, sustentabilidade, economia circular, Agenda 2030, educação ambiental com **176 professores, coordenadores, diretores e equipes de apoio** das escolas para replicarem com os alunos
- | **Dez desafios sustentáveis** realizados com atuações práticas de alunos e professores para promoção de aprendizados por um desenvolvimento sustentável
- | Instalação, até 2022, de **nove sistemas de captação de água da chuva** nas escolas, com capacidade de 5.400 litros
- | **Cinco vídeos animados** enviados para alunos sobre água, crise hídrica, resíduos, etc
- | **78 funcionários de limpeza e cozinha** capacitados sobre uso racional dos recursos hídricos na escola
- | **7.270 pessoas sensibilizadas** sobre a correta gestão de resíduos
- | **1.770 quilos de PET** arrecadados em campanha de sensibilização para descarte correto de resíduos.
- | Doação de sete contêineres, feitos com embalagens longa vida recicladas, para a campanha do PET.
- | Sete das dez escolas que participaram do programa, coletaram juntas **750 quilos de PET**, corretamente destinados, totalizando **1.700 quilos** desde 2019



*“Trabalho com o RenovAção desde o início do projeto e durante esse período de três anos, pudemos perceber a evolução dos alunos nas questões socioambientais. No programa, realizamos oficinas recreativas e executamos na prática a captação de água da chuva por meio de cisternas, além de fazer a coleta de garrafas PET e o plantio de mudas.”*

**Lenita Peres, professora da Escola Adelino Brandão**

*“Aqui nosso tema principal é a reciclagem, mas também trabalhamos a questão da qualidade da água, bacias hidrográficas, clima, entre outros. As crianças são os principais multiplicadores, pois levam a experiência para sua casa, influenciando vizinhos e demais atores estratégicos.”*

**Mariana Sales Lopes, educadora ambiental**

No ano de 2021 a iniciativa fez uma interseção com outro projeto apoiado pela Coca-Cola FEMSA Brasil, o Geração +Verde. Esta parceria resultou na doação de 120 mudas de pitangueira para serem plantadas pelos alunos e colaboradores das escolas contempladas pelo projeto naquele ano: Ivo de Bona, Marly de Marco, Beatriz Pupo, Judith Arruda, Nassib Cury, Pedro de Oliveira, Pedro Clarismundo Fornari, Duilio Mazziere, Hermenegildo Martinelli e Adelino Brandão. A iniciativa promoveu discussões e aprendizados sobre a importância de preservar as matas ciliares na manutenção de recursos hídricos da região. Já em 2022, 500 mudas foram doadas, não apenas de pitangueiras, mas também de outras espécies da Mata Atlântica, que foram plantadas nas unidades participantes do projeto.

Em 2022, retomamos as oficinas presenciais com os alunos depois de uma pausa por conta da pandemia de Covid-19. O RenovAção vai além da qualificação nas temáticas de sustentabilidade, buscando propiciar que as pessoas impactadas pela iniciativa consigam aplicar de fato o que aprenderam. Nesses últimos dois anos foram realizadas muitas ações, como exposições, vivências socioambientais, campanhas contra o desperdício e visitas aos locais de mananciais.

O projeto teve sua estreia em Porto Alegre (RS) em 2021. Em parceria com a Secretaria Municipal de Educação e as ONGs Parceiros Voluntários e Apoena, o RenovAção começou a ser implementado em oito escolas municipais da cidade. Como material de apoio elaboramos

o livro “RenovAção – Renovar é preciso: gestão de resíduos na escola”, que foi distribuído para todos os integrantes do Comitê de Sustentabilidade formado em cada escola, contando também com uma versão digital. O objetivo do livro é que ele possa servir de apoio para os participantes, abordando os principais temas relacionados ao projeto, como informações sobre a origem do lixo; a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS); os 5 Rs da sustentabilidade (Repensar, Recusar, Reduzir, Reutilizar e Reciclar); economia circular; separação triade; coletores; como construir uma composteira e um residuário; o trajeto de resíduos e seus impactos; cases de sucesso e; por fim, a relação de todos

esses temas com as habilidades da Base Nacional Comum Curricular (BNCC).

A formação dos participantes foi direcionada para cada público-alvo:



Professores (seis horas de curso em duas aulas)

**41 professores formados**



Alunos (quatro horas de curso em duas aulas em turnos diferentes)

**132 alunos formados**



Colaboradores (três horas de curso oferecidos em dois turnos diferentes)

**28 colaboradores formados**



Seminário (uma hora)

**97 inscritos**



**Resultados alcançados pelo Renovação em Porto Alegre em 2021****507**  
professores**7.200**  
alunos**78** colaboradores  
impactados  
indiretamente**26** ações  
realizadas  
nas escolas

| ESCOLA                                   | AÇÕES   |   |
|--|---|---|
| EMEF Porto Novo                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ativação da horta;</li> <li>- Articulação de ações com a Unidade de Triagem Santíssima Trindade para diminuição do lixo em frente à escola e nos arredores.</li> </ul>   |   |
| EMEF Pres. João Belchior Marques Goulart | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reocupação e revitalização do viveiro.</li> </ul>  |   |
| Escola Liberato Salzano Vieira da Cunha  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Criou um link com a organização das atividades do projeto <a href="https://padlet.com/liberatosalzano1954/Bookmarks">https://padlet.com/liberatosalzano1954/Bookmarks</a>;</li> <li>- Semana Lixo Zero;</li> <li>- Atividade sobre coleta seletiva;</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Oficina de reutilização e reaproveitamento de papel;</li> <li>- Atividade de plantio de mudas nos canteiros da escola;</li> <li>- Oficina de reutilização do plástico.</li> </ul>  |
| EMEF Décio Martins Costa                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Revitalização de um espaço na escola: limpeza, plantação de flores e chás.</li> </ul>  |   |
| EMEF Wenceslau da Fontoura               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Construção de composteira;</li> <li>- Inserção de lixeiras de papel para coleta de resíduos recicláveis nas salas de aula;</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Construção de pontos de coleta de entrega voluntária de pilhas;</li> <li>- Campanha de coleta de jogos, brinquedos e outros materiais em desuso para doação e reciclagem.</li> </ul>   |
| EMEF Timbaúva                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaboração do Projeto Reciclagem 2021/2022, que envolve docentes, discentes e colaboradores da escola;</li> <li>- Construção e ativação de pontos de coleta de pilhas;</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Separação de resíduos em duas frações nas salas de aula;</li> <li>- Criação e ativação de composteira.</li> </ul>  |
| EMEF Jean Piaget                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Divulgação do Projeto Ambiental Jean Piaget em mídias sociais: <a href="https://www.instagram.com/projeto_ambiental_jp/">https://www.instagram.com/projeto_ambiental_jp/</a>;</li> <li>- Revitalização da horta;</li> <li>- Construção de residuário;</li> <li>- Plantio, arrecadação de mudas, e colheita (<a href="https://www.instagram.com/p/CW9jviRg8R-/">https://www.instagram.com/p/CW9jviRg8R-/</a>);</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Construção de composteira;</li> <li>- Desenvolvimento e aplicação de jogos com a educação infantil;</li> <li>- Multiplicação sobre o projeto em turmas de educação infantil;</li> <li>- Instalação de coletores e <i>big bag</i>.</li> </ul> |
| EMEF Ildo Meneghetti                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Foi elaborado o diagnóstico local.</li> </ul>  |   |

**Resultados alcançados pelo RenovAção em Porto Alegre em 2022****521**  
professores**6.370**  
alunos**85 colaboradores**  
impactados  
indiretamente**82 ações**  
realizadas  
nas escolas

| ESCOLA                     | AÇÕES  |  |
|----------------------------|--|--|
| EMEF Jean Piaget           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Formação e reuniões do comitê;</li> <li>- Construção da horta e duas composteiras;</li> <li>- Plantio de 29 árvores frutíferas com a comunidade;</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Construção de coletores triáde;</li> <li>- Venda de hortaliças da horta;</li> <li>- Criação de espaço de convivência ao ar livre;</li> <li>- Campanha para sustentaPET.</li> </ul>  |
| EMEF Anísio Teixeira       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Produção de vídeos para premiação da Empresa Pública de Transporte e Circulação;</li> <li>- Feirinha de produtos orgânicos e alimentação;</li> <li>- Sensibilização comunidade para separação correta;</li> <li>- Comercialização de hortaliças;</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mostra Científica IFRS Campus Restinga;</li> <li>- Formação sobre alimentos processados;</li> <li>- Campanha para sustentaPET;</li> <li>- 15º Prêmio EPTC de Educação para o Trânsito: 3º lugar com um vídeo sobre biodiversidade e resíduos na categoria de 5º e 6º anos.</li> </ul> |
| EMEF Timbaúva              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Formação e reuniões do comitê;</li> <li>- Horta e minicomposteira;</li> <li>- Início da identificação dos coletores;</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cartazes de conscientização sobre separação de resíduos;</li> <li>- Concurso e votação de identidade visual do projeto.</li> </ul>  |
| EMEF Porto Novo            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Formação e reuniões do comitê;</li> <li>- Criação da rádio <i>Porto Novo</i>;</li> <li>- Gincana da Sustentabilidade;</li> <li>- Paródias musicais sobre separação de resíduos;</li> <li>- Confecção de coletores;</li> <li>- Confecção de mascote de material reciclado;</li> <li>- Confecção e exposição de cartazes sobre resíduos;</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Campanha para UT Santíssima;</li> <li>- Campanha Porto Pet;</li> <li>- Campanha de bem-estar animal;</li> <li>- Mutirão da horta;</li> <li>- Minicomposteira na educação infantil;</li> <li>- 2 vídeos no YouTube e 49 posts no Instagram.</li> </ul>                                 |
| EMEF João Belchior Goulart | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Formação e reuniões do comitê;</li> <li>- Horta na educação infantil;</li> <li>- Orientação para separação de resíduos;</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pesquisa com 32 questões sobre consumo consciente, alimentação e resíduos com suas famílias;</li> <li>- Apresentação Salão SMED;</li> <li>- Post no Instagram sobre o Salão de Iniciação Científica.</li> </ul>   |
| EMEF Gilberto Jorge        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Formação do comitê;</li> <li>- Reutilização de materiais recicláveis para criação de brinquedos;</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Separação triáde em algumas salas de aula;</li> <li>- Identificação de coletores em algumas salas de aula.</li> </ul>   |
| EMEF Wenceslau Fontoura    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Formação de comitê;</li> <li>- Horta e composteira;</li> <li>- Separação triáde em sala de aula;</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Brinquedos com materiais recicláveis;</li> <li>- Construção de cartazes sobre o sustentaPET.</li> </ul>   |
| EMEF Antônio Giúdice       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Formação de comitê;</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diagnóstico local.</li> </ul>   |



*“Nós do Adelino Brandão começamos com o RenovAção em 2020, mas de uma forma tímida por causa da pandemia. Este ano conseguimos trabalhar mais, focamos em sustentabilidade, e tivemos boas respostas com as crianças e algumas famílias. Ano que vem queremos fortalecer este projeto, trabalhar com a composteira e com tudo o que for possível. Agradeço a todos.”*

**Lucimara Raquel, professora da EMEB Adelino Brandão**

*“Desde 2019 com o Projeto RenovAção eu aprendi muito sobre reciclagem e que a gente deve cuidar do meio ambiente, porque é uma coisa que vai ajudar a todos os seres humanos. Eu acredito que se pensarmos mais no mundo, teremos um futuro melhor.”*

**Ryan Santos Queiroz, aluno do 5º ano da EMEB Ivo de Bona**



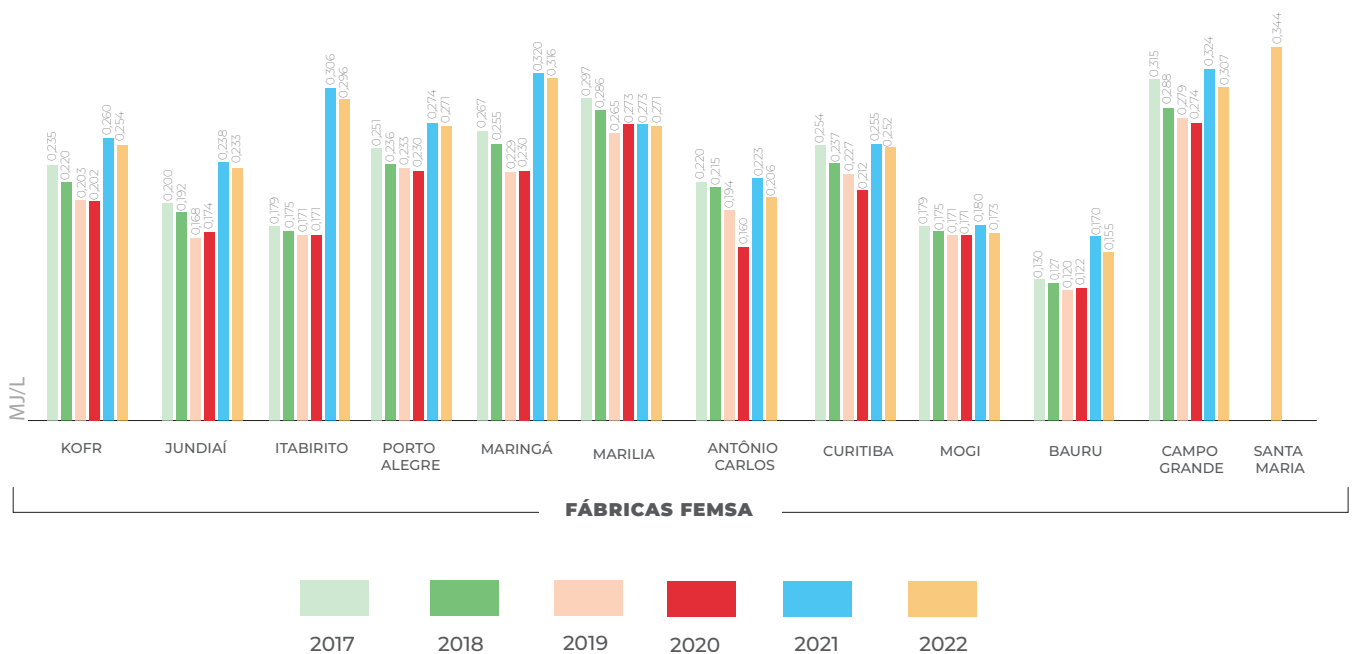


## Energia

A implementação do sistema MES (Sistema de Execução de Manufatura) nas plantas de Marília (SP), Curitiba (PR), Porto Alegre (RS), Antônio Carlos (SC) e Jundiá (SP) foi concluída. O sistema funciona com a coleta de dados de consumo de energia (monitoradas por variável de temperatura, volume de bebida produzido, velocidade da enchedora, uso de energia elétrica de uso geral) e tem como objetivo otimizar o uso de energia em processos.

Em 2021, adquirimos a nossa primeira frota elétrica. São 31 caminhões elétricos direcionados para atender os centros de distribuição de Jurubatuba, Osasco e Ipiranga, em São Paulo, e que iniciaram a operação em 2022. Teremos uma nova frota elétrica adquirida que iniciará a operação em 2023.

### Evolução do indicador de consumo de energia até 2022



## Investimento em Coolers Sustentáveis

Iniciamos em 2022 um plano de investimento para obtermos 4.754 coolers sustentáveis que serão adquiridos e distribuídos em 2023 para nossos clientes. Os equipamentos têm baixo consumo energético em função do sistema de refrigeração em condensação estática.

## Redução de emissões/ Pegada de Carbono

Estamos empenhados em reduzir a emissão dos gases de efeito estufa, alinhada às diretrizes do SBTi (*Science Based Targets Initiative*), iniciativa do Pacto Global das Nações Unidas e outras instituições que se baseiam na ciência para a redução de emissões de poluentes causadores do efeito estufa. Para isso, foram criados dois comitês:

- ▶ O “Comitê de Mobilidade Sustentável”, que tem como objetivo desenvolver conhecimento de operação, de forma a otimizar custos, melhorar a eficiência da manutenção de veículos elétricos e analisar o *Total Cost of Ownership* (TCO) para veículos utilitários e caminhões através de projetos-pilotos realizados nos países em que a Coca-Cola FEMSA opera;
- ▶ O “Comitê de Mudanças Climáticas”, que é orientado para estudar, acompanhar e implementar estratégias para reduzir as emissões de suas operações.

Assumimos um compromisso público de reduzir as emissões de Gases de Efeito Estufa até 2030 (ano base 2015) de toda a nossa operação. O plano é diminuir 50% das emissões nas operações próprias (escopo 1 e 2) e 20% das emissões nas fontes não pertencentes a KOF (escopo 3), além de aumentar o consumo de energia renovável para 100%. Como parte dessa estratégia, adquirimos uma frota elétrica de caminhões e pretendemos aumentar o uso de empilhadeiras elétricas com baixo consumo de energia e alta capacidade de carga. Fechamos o ano de 2022 com nove de nossas onze plantas utilizando energia renovável, e com a missão de utilizar refrigeradores de alta eficiência. Em 2021, as emissões da Coca-Cola FEMSA Brasil corresponderam a 25% das emissões de todo ecossistema Coca-Cola FEMSA. Já em 2022 este indicador caiu para 22%.

O inventário de emissões elaborado pela Coca-Cola FEMSA considera fontes de emissões de nossas operações diretas, categorias estratégicas de fornecedores e emissões geradas nos pontos de venda de nossos produtos, conforme detalhado abaixo:

- ▶ **ESCOPO 1** – Caldeiras das plantas, frota própria e gases refrigerantes.
- ▶ **ESCOPO 2** – Consumo de eletricidade em plantas, centros de distribuição e escritórios.
- ▶ **ESCOPO 3** – Consumo de eletricidade de refrigeradores, frota subcontratada, aquisição de ingredientes (açúcar, CO<sub>2</sub>, HFCs), embalagens (PET, alumínio, vidro), rótulos e tampas.

Coca-Cola®

100% ELÉTRICO | 0% EMISSÃO | 0% RUÍDO

FACCHINI

e-DELIVERY

Coca-Cola  
FEMSA  
BRASIL





## Pegada de carbono

As emissões da Coca-Cola FEMSA Brasil estão majoritariamente concentradas em seis fontes de emissão: açúcar de

cana não refinada, PET, energia elétrica de geladeiras, frota subcontratada, latas de alumínio e latas de alumínio reciclado.



**MATÉRIA-PRIMA**



**EMBALAGEM**



**MANUFATURA**



**DISTRIBUIÇÃO**



**REFRIGERAÇÃO**

### 2020

**31%**

266 mil ton CO<sub>2</sub>e

**37%**

316 mil ton CO<sub>2</sub>e

**4%**

38 mil ton CO<sub>2</sub>e

**13%**

107 mil ton CO<sub>2</sub>e

**15%**

127 mil ton CO<sub>2</sub>e

### 2021

**43%**

418 mil ton CO<sub>2</sub>e

**32%**

310 mil ton CO<sub>2</sub>e

**2%**

16 mil ton CO<sub>2</sub>e

**12%**

115 mil ton CO<sub>2</sub>e

**11%**

114 mil ton CO<sub>2</sub>e

### 2022

**29%**

267 mil ton CO<sub>2</sub>e

**46%**

313 mil ton CO<sub>2</sub>e

**2%**

22 mil ton CO<sub>2</sub>e

**12%**

117 mil ton CO<sub>2</sub>e

**11%**

109 mil ton CO<sub>2</sub>e

## Total de emissões de CO<sub>2</sub> KOF BR




**973 mil**  
toneladas de CO<sub>2</sub>  
equivalente<sup>4</sup>



**828 mil**  
toneladas de CO<sub>2</sub>  
equivalente<sup>5</sup>

4. e 5. O cálculo de emissões foi feito com base nos critérios estabelecidos pelas Normas Corporativas de Transparência e Contabilização do GHG Protocol, desenvolvido em conjunto com a WRI (World Resources Institute) e o WBCSD (World Business Council for Sustainable Development).



**SOCIAL**

## 3. SOCIAL

### Nossa Gente

São as pessoas que nos movem e contribuem para nosso impacto positivo. A partir dos temas estabelecidos no eixo Nossa Gente, “Direitos Humanos e do Trabalho”, “Diversidade, Equidade e Inclusão” e “Bem-Estar Integral”, procuramos atender às necessidades de nossos colaboradores, promovendo conhecimento e fornecendo ferramentas para o seu desenvolvimento profissional e pessoal. A pesquisa de clima realizada bianualmente com a Mercer, consultoria focada em promover saúde e bem-estar, mostra que alcançamos **88% de favorabilidade, que indica a satisfação dos colaboradores com a empresa**<sup>6</sup>.

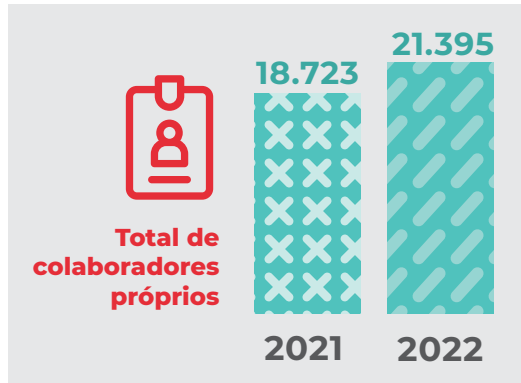
A Coca-Cola FEMSA Brasil recebeu em 2021 o **Prêmio Valor Carreira**, iniciativa do jornal Valor Econômico em parceria com a consultoria Mercer. Ficamos em 4º lugar entre as empresas que adotam as melhores práticas e políticas de gestão de pessoas. O destaque da premiação ficou por conta das empresas que demonstraram maior cuidado com a saúde e bem-estar dos seus colaboradores.<sup>7</sup>

6. O relatório de 2020 da Coca-Cola FEMSA Brasil informa favorabilidade de 92%, no entanto, a pesquisa de clima mencionada no relatório de 2020 refere-se exclusivamente às demandas ofertadas pela empresa a partir da pandemia.

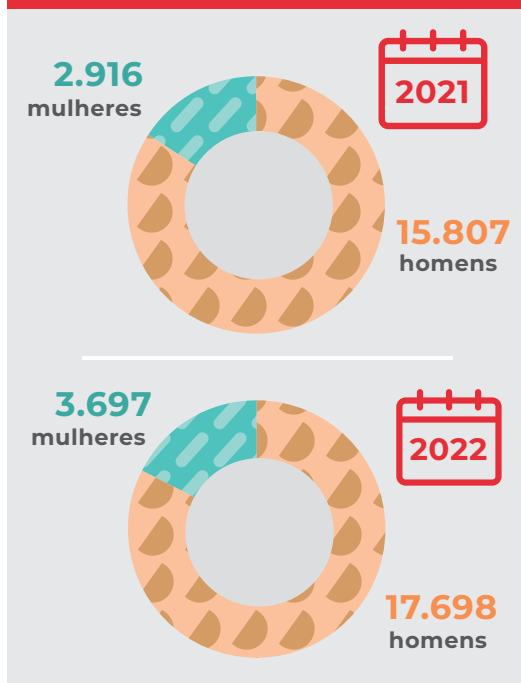
7. Fonte: <https://valor.globo.com/carreira/noticia/2021/12/22/conheca-as-vencedoras-do-premio-valor-carreira-2021.ghtml>



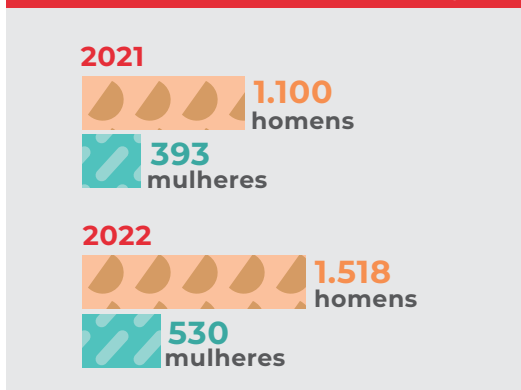
## Perfil de colaboradores KOF BR 2021 e 2022



### Recorte de Gênero



### Recorte de Gênero na liderança



## Recorte geracional

| Idade                           | 2020   | 2021   | 2022   |
|---------------------------------|--------|--------|--------|
| Menores de 18 anos <sup>8</sup> | 4      | 10     | 32     |
| Entre 18 e 25 anos              | 2.270  | 2.496  | 3.008  |
| Entre 26 e 40 anos              | 11.099 | 11.372 | 12.598 |
| Entre 41 e 55 anos              | 4.267  | 4.508  | 5.364  |
| Acima de 56 anos                | 352    | 347    | 425    |

## Recorte geracional na liderança

| Idade              | 2020 | 2021 | 2022  |
|--------------------|------|------|-------|
| Entre 18 e 25 anos | 21   | 23   | 15    |
| Entre 26 e 40 anos | 885  | 893  | 1.195 |
| Entre 41 e 55 anos | 565  | 544  | 782   |
| Acima de 56 anos   | 41   | 33   | 56    |

## Recorte de raça

| Raça          | 2020   | 2021   | 2022   |
|---------------|--------|--------|--------|
| Branca        | 11.460 | 11.609 | 12.733 |
| Amarela       | 96     | 92     | 91     |
| Indígena      | 35     | 31     | 34     |
| Parda         | 4.737  | 5.194  | 6.281  |
| Preta         | 1.514  | 1.660  | 2.043  |
| Não informado | 146    | 137    | 211    |

8. Os colaboradores Jovem Aprendiz, adolescentes menores de 18 anos, possuem contrato terceirizado, por este motivo eles não entram no perfil dos colaboradores.

## Recorte de raça na liderança

| Raça          | 2020  | 2021  | 2022  |
|---------------|-------|-------|-------|
| Branca        | 1.233 | 1.206 | 1.578 |
| Amarela       | 15    | 18    | 18    |
| Indígena      | 0     | 1     | 0     |
| Parda         | 203   | 210   | 314   |
| Preta         | 25    | 28    | 47    |
| Não informado | 36    | 30    | 91    |

## Recorte de Pessoas com Deficiência

|      |     |
|------|-----|
| 2020 | 748 |
| 2021 | 743 |
| 2022 | 896 |



**AVELINO PEREIRA,**  
diretor de Administração e  
Finanças, atua há 50 anos  
na Coca-Cola FEMSA Brasil.

### Muitas vozes. Um DNA

*“Estou há 50 anos na Coca-Cola FEMSA e vivo todos os dias com muita intensidade. A companhia tem uma insatisfação, mas insatisfação positiva, pois busca constantemente ser mais forte e mais sustentável, uma busca por crescimento constante. Tudo que se faz aqui, em qualquer desafio, é decidido com muito pé no chão. Minha dica para quem está começando a carreira é não perder nenhuma oportunidade, em vez de olhar para a grama do vizinho, olhar para a sua, sempre tem oportunidades.”*

Diante dos dados apresentados, percebemos um esforço gradual para aumentar a equidade de gênero em nossa companhia. Em 2022 as mulheres representaram 17,3% dos colaboradores, sendo em 2021 essa porcentagem 15,3% e em 2020, 11%. Esse crescimento se reflete também nos cargos de liderança. Em 2022 as mulheres corresponderam a 14,3% e em 2021, 13,4%. A empresa tem feito grande investimento em campanhas e projetos de capacitação e empoderamento junto ao público feminino.

Quanto ao recorte de raça, houve aumento do número de funcionários pretos e pardos, que em 2021, representavam 34,9% de todo o quadro de funcionários e em 2022, 38,9%. A Coca-Cola FEMSA Brasil entende que ainda há muito a ser feito dentro da temática de Diversidade, Equidade e Inclusão. No entanto, no momento, nossa estratégia foca em diminuir essa disparidade de gênero no número de pessoas contratadas e desenvolver campanhas de maior impacto e abrangência para raça e idade. Para 2023, além de mantermos as campanhas de incentivo para o público feminino, temos planejado trabalhar de forma mais assertiva o recorte de pessoas com deficiência e raça, de modo a proporcionar mais vagas para pessoas negras.

## SEGURANÇA 0.0

A estratégia Segurança 0.0 tem como principais objetivos incentivar o comportamento preventivo dos nossos colaboradores e parceiros; desenvolver capacidades nas lideranças e equipes em segurança, além do uso de tecnologia e digitalização para chegarmos a zero acidente. Segurança 0.0 abrange os diversos processos da companhia, tais quais: planejamento, manufatura, distribuição (Rout to Market) e vendas. Uma das principais iniciativas em Segurança 0.0 é Segurança em RTM – Rout to Market.

### Segurança em Rout to Market

O Programa em Segurança Viária tem como objetivo atuar preventivamente em ocorrências ou acidentes viários de forma garantir segurança desde o momento em que os veículos saem das fábricas para entregar produtos nos centros de distribuição, até a entrega dos produtos após armazenamento para os clientes e consumidores finais.

O programa Segurança em Rota, desde 2019, possibilita treinamento e capacitação dos condutores da companhia para conduzir os veículos de forma segura e consciente, contribuindo assim para redução do número de eventos e acidentes viários. Em 2021, o Segurança em Rota formou 90 condutores de elite, todos de forma *on-line*, com um

total de 45 horas de aula. Já em 2022, 10 condutores receberam a capacitação. Os condutores de elite são profissionais capacitados para avaliar os demais condutores, tanto os que participam de processos seletivos como os que passam por reciclagem. Cabe também a esses profissionais realizar treinamentos de direção segura e sustentável e formar novos condutores de elite.

Em 2022 iniciamos um programa de treinamentos mediante aquisição de três simuladores de realidade virtual. O treinamento contempla capacitação teórica e prática para os condutores, simulando situações de risco que possam ocorrer no dia a dia. Tal simulação não seria possível sem essa tecnologia. A companhia conta com uma equipe de três instrutores de segurança viária que são responsáveis pela capacitação nos simuladores. Em 2022 foram capacitados 863 condutores, incluindo condutores de empresas parceiras.

### Treinamento prático no simulador de realidade virtual

Em relação à tecnologia e digitalização, desde 2020 monitoramos o percurso das nossas rotas, incluindo as realizadas por nossos parceiros, por meio de telemetria. A divulgação dos alertas, seja por alta velocidade, frenagem ou aceleração brusca, é reportada diariamente para que as lideranças possam fazer o acompanhamento de suas equipes, orientar os condutores para que atuem de forma cada vez mais preventiva, contribuindo assim com a gestão de desempenho e melhoria.



Além dos comitês regionais (16 no total) que supervisionam o programa, a empresa possui uma área de Segurança Viária que conta com uma equipe de supervisores espalhados pelo país, que apoiam as operações na geração, análise de dados e definição de ações de melhoria, como foco na realidade de cada região.

Em 2021, a empresa lançou o Programa de Direção Consciente e Sustentável, direcionado a nossos colaboradores e parceiros. A intenção é promover a conscientização sobre a direção segura e sustentável no ambiente de trabalho. Além de ofertar informações que podem ser aplicadas no trabalho e no cotidiano, o colaborador pode ser um multiplicador de boas práticas de direção consciente. O Programa contribui para desenvolver cada vez mais capacidades e talentos em nossas operações.

| Ano   | Número de acidentes viários |
|-------|-----------------------------|
| 2018  | 236                         |
| 2019  | 128                         |
| 2020  | 48                          |
| 2021  | 100                         |
| 2022* | 120                         |

\*2022 contempla dados de novas fábricas e centros de distribuição que em 2021 não existiam, e foram incorporados como a aquisição da antiga CVI e tivemos internalizações e novas unidades.

## SEGURANÇA DO TRABALHO

Foram relatados, em 2021, 149 acidentes, sendo 90 sem afastamento e 59 com afastamento, totalizando 844 dias.

Foram relatados em 2022, 168 acidentes, sendo 88 sem afastamento e 80 com afastamento, totalizando 1.062 dias.



## Licenças-maternidade e licenças-paternidade

Em 2021, foram concedidas 128 licenças-maternidade e 598 licenças-paternidade, já em 2022 foram 157 licenças-maternidade e 549 licenças-paternidade. Oferecemos licença de 180 dias para a mulher, podendo conceder mais 30 dias decorrentes das férias, e de 5 dias corridos para o pai. Durante todo o período de licença, as mães e os bebês recebem acompanhamento do Serviço Social.

De modo a promover conhecimento, acolhimento e troca entre as grávidas e as puérperas, contamos com o Programa de Gestantes, que consiste em palestras e encontros *on-line* mensais para falar sobre a maternidade. A iniciativa se estende para as esposas dos colaboradores e todas as participantes recebem um kit de produtos de higiene para o bebê. Os assuntos são definidos por meio da pesquisa de satisfação do encontro anterior. São tratados temas como o cuidado com o corpo das mães antes e após o nascimento, os cuidados com o recém-nascido, a alimenta-

ção, a importância da rede de apoio e do equilíbrio emocional, entre outros. Nesse contexto, a troca de experiências vividas entre as mulheres durante as diversas etapas da gestação são compartilhadas, promovendo um ambiente seguro e apoio emocional entre elas.

Outra forma de apoiarmos a nossa gente nesse momento emocionante de suas vidas foi por meio de uma parceria com a Nestlé que realizamos em 2021, na qual nossos colaboradores puderam obter desconto na compra de papinhas e fórmulas da marca.

Por fim, com o intuito de contribuir na formação educacional dos filhos de até 17 anos dos colaboradores próprios, a companhia oferece um kit escolar composto por mais de 15 itens selecionados de acordo com a faixa etária das crianças (Ensino Fundamental I, Ensino Fundamental II e Ensino Médio). Em 2021 foram entregues 8.935 kits e em 2022 entregamos 11.742 kits.

---

A Coca-Cola FEMSA Brasil oferece auxílio-creche como benefício de 16 acordos coletivos que contemplam parte das colaboradoras contratadas pela empresa distribuídas em 24 unidades: Araucária, Araucária Arquivo Central, Fountain Curitiba, Curitiba, Marília, Fountain Porto Alegre, Porto Alegre, Farroupilha, Pelotas, Porto Alegre, Santos, Caraguatatuba, Jundiá, Osasco, Santo André, São Paulo, Sumaré, Mogi das Cruzes, Guaratinguetá, Cordeirópolis, Piracicaba, Belo Horizonte, Betim e Planta Itabirito.

---



|                             | ABSOLUTO |      |      |      | %    |      |       |
|-----------------------------|----------|------|------|------|------|------|-------|
|                             | 2022     | 2021 | 2020 | 2019 | 2021 | 2020 | 2019  |
| <b>TOTAL LICENÇAS</b>       | 706      | 726  | 761  | 897  |      |      |       |
| Paternidade                 | 549      | 598  | 650  | 751  | 82,4 | 85,4 | 83,7  |
| Maternidade                 | 157      | 128  | 111  | 146  | 17,6 | 14,6 | 16,3  |
| Retorno: Homens             | 595      | 592  | 640  | 748  | 99,0 | 98,5 | 99,6  |
| Retorno: Mulheres           | 116      | 126  | 110  | 146  | 98,4 | 99,1 | 100,0 |
| Permanência > 12M: Homens   | 498      | 530  | 552  | 633  | 88,6 | 84,9 | 84,3  |
| Permanência > 12M: Mulheres | 136      | 100  | 86   | 82   | 78,1 | 77,5 | 56,2  |





## Programa de Estágio e Trainee

Valorizamos histórias e pessoas reais, por isso temos que ter um olhar atento para a individualidade e características únicas de cada colaborador(a), permitindo que o ambiente de trabalho seja plural e diverso. Em 2022, o Programa de Estágio e Trainee teve o objetivo de contribuir ainda mais para um ambiente diverso em nossa companhia. Desde sua idealização já tivemos um olhar mais amplo para a questão da diversidade, por exemplo, a necessidade da fluência em um segundo idioma flexibilizada e ampliando o programa de trainee para estudantes com formação em 2019, e não apenas nos últimos dois anos como era anteriormente.

## Gestão, treinamentos e capacitações

Desde 2020, com o início da pandemia, trabalhamos intensamente para ajustar a forma de levar capacitação para nossos colaboradores. Em 2021, priorizamos o formato *on-line*, mantendo cursos presenciais com uma frequência menor. Obtivemos êxito com relação à expectativa projetada para o ano. De acordo com o planejamento, 91% dos treinamentos e capacitações foram realizadas.

### Horas de treinamento

| Ano  | Colaboradores Internos | Colaboradores Externos | Total   |
|------|------------------------|------------------------|---------|
| 2019 | 412.699                | 41.134                 | 453.833 |
| 2020 | 70.620                 | 49.252                 | 119.872 |
| 2021 | 395.761                | 40.211                 | 435.972 |
| 2022 | 316.741,8              | 31.192,2               | 347.934 |



EXCELENCIA  
OPERATIVA



Os corredores estratégicos na área de treinamento e capacitação de 2021 foram divididos em:

**Plataforma omnichannel** – 80% do Comercial foi impactado com a apresentação das novas tecnologias que englobam a plataforma Juntos+, uma ferramenta que está sendo desenvolvida para atuar, de forma integrada, nos diferentes canais de venda. A capacitação foi feita pelo programa KOF Tech e engloba todos os canais de venda oferecidos pela Coca-Cola FEMSA Brasil: celular (aplicativo e Whatsapp), computador, vendedores e *call center*. Por meio desta plataforma, o cliente poderá acompanhar seus pedidos, receber prêmios, obter descontos, resolver questões pontuais via WhatsApp, entre outras facilidades de modo remoto.

**Cultura ágil, digital e centrada em pessoas** – Esses temas foram abordados via Academia de Líderes, Aula KOF, LinkedIn Learning, My KOF Learning, Onboarding Comercial, Realidade Virtual e Digital Coach.

**Foco no cliente, portfólio vencedor** – Com o intuito de apoiar a expansão das parcerias de portfólios relevantes para o cliente, organizamos os treinamentos de cartão de crédito e líderes em Share de Valor CSD.

**Sustentabilidade do negócio** – Lançamento e expansão, novas cervejas e novas categorias KOF BR; KOF BR Diversidade.

**Digitalize o CORE** – treinamentos sobre as novas políticas de Compliance (programas normativos e institucionais), de promotores e vendedores via My KOF Learning e sobre o canal *omnichannel*, via KOF Tech.

Quando avaliamos a plataforma utilizada para o treinamento temos o seguintes dados:

**41,9%**

Aula KOF

**36,9%**

Programas de Treinamentos

**12,0%**

Integração Funcional

**6,7%**

LinkedIn Learning

**1,4%**

Coach em Rota

**1,1%**

Digital

Ao todo, foram 538 sessões que discutiram temas como ética, compliance, mindset ágil e digital, dinâmicas de cultura, DNA, competências de liderança, qualidade no atendimento, change management, liderança estratégica e autodesenvolvimento.



Os principais treinamentos realizados ao longo de 2021 e 2022 foram:

**Escola de Promotores** – programa de capacitação para todos os promotores da companhia com temas como: Excelência Profissional e no Comportamento, Execução Impecável e Excelência no Atendimento.

**Treinamento de Diversidade para o público Comercial** – Mais de 14 mil horas de capacitação.

**Aula KOF** – Trilha formativa específica para cada nível de contribuição da liderança (líder estratégico, líder tático e líder de gente).

**LinkedIn Learning** – Liberação de licença de treinamento para toda liderança, com acesso a mais de 13 mil conteúdos.

**Escola de Vendas** – Programa de formação para todo time Comercial, focado em qualidade do atendimento (cinco módulos de treinamento).

**Compliance** – Formação do time Operacional (Supply e Comercial).

**DNA Operativo** – Formação de 70% do time Comercial através do lançamento da ferramenta APPrende KOF (aplicativo de treinamento lançado em 2021 para o time Operacional que possui celular corporativo).

**KOF Tech** – Trilha formativa com envio de pílulas de capacitação falando sobre *omnichannel*, vendas por WhatsApp e tecnologia.

**Escola de Merchandising** – Formação para os novos supervisores de merchandising da empresa, programa com aproximadamente 77 horas.

**Treinamento de Cervejas** – Com a entrada de novas cervejas no portfólio, como Tiger, Eisenbahn, Therezópolis e Estrella Galicia, capacitamos todo nosso time Comercial.

**KOF UP** – Programa de formação de analistas Sênior e Pleno, com preparação para os próximos passos da carreira (iniciado em 2021 e finalizado em 2022).

**KOF University** – Início, em 2021, de duas turmas de pós-graduação em Gestão de Negócios (médias chefias – 80 pessoas) e MBA em Gestão de Negócios para Gerentes (40 pessoas). Concluído em 2022.

**ALP (Accelerated Leadership Program)** – Programa global com envio de oito lideranças do Brasil para a matriz, no México.

**Formação time de elite** – Preparação de colaboradores selecionados pelos gestores para serem referências em suas funções com o objetivo de acelerar a carreira.

**Atendimento UAU!** – Orienta a equipe a satisfazer o cliente no atendimento com o objetivo de melhorar os indicadores de DSM no quesito cordialidade.

**Escola de Ajudantes – ANC** – Capta e prepara mulheres para atuar nas operações mediante seleção e aprovação nos processos de Recursos Humanos.



**Modelo Operativo de Armazém** – Revisita as práticas operacionais para todas as funções e atividades do armazém para garantir execução impecável, minimizando prejuízos e insatisfação de clientes.

**Workshop Comunicação Corporativa** – Três encontros para toda liderança.

**Desenvolvimento Comportamental Liderança Manufatura** - Desenvolver habilidades comportamentais aos gestores.





## Programa de Diversidade e Inclusão



**RICARDO BRITO,**  
analista de Marketing da  
Coca-Cola FEMSA Brasil.

**Muitas vozes. Um DNA**

*“É muito fácil falar de diversidade quando pensamos em números, mas quero ver uma empresa falar desse tema pensando nas pessoas. E na Coca-Cola FEMSA Brasil nós temos diversidade na prática, com colaboradores diversos discutindo como podemos a cada dia avançar nas pautas de igualdade e inclusão.”*

Diversidade e Inclusão é um tema abraçado pelo board da empresa e trabalhado, há alguns anos, a partir de três eixos: Sensibilização; Atração, Contratação e Retenção de talentos e *Employee Experience*. Para dar mais visibilidade à temática e envolver todos os nossos colaboradores acerca das premissas aplicadas pela companhia, oferecemos mais de 11 mil horas de treinamento e realizamos diversas campanhas de comunicação ao longo de 2021 e 2022. Dentre elas, destacamos datas como Dia do Refugiado, Dia da Mulher, Dia do Orgulho LGBTI+, Dia Nacional de Luta da Pessoa com Deficiência, Dia da Consciência Negra, entre outras.

Em 2021, o pilar mais trabalhado no que tange às iniciativas realizadas pela Coca-Cola FEMSA Brasil foi o de equidade de gênero, aumentando o número de projetos executados. Dentre eles estão a Escola de Formação, Programa de Aceleração e o projeto-piloto Rota Plural. O objetivo é não só aumentar o número de colaboradoras na empresa, mas incluí-las no setor de bebidas, que ainda é majoritariamente masculino, principalmente na operação.

Já em 2022, tivemos 2.606 horas de treinamentos em diversas frentes.

Também realizamos:

**16 diálogos de segurança com o tema de Diversidade e Inclusão**

**6 rodas de conversa**

**2 palestras**

**5 podcasts**

**23 news, WhatsApp e mural**

**12 vídeos de diversidade e inclusão**

**4 feiras de empregabilidade**

**Workshop - Protagonismo e Carreira da Pessoa com Deficiência: 27 encontros**  
(280 pessoas participantes)



### CONQUISTAMOS, EM 2022, O SELO PAULISTA DA DIVERSIDADE!

Instituído pelo Governo do Estado de São Paulo, destaca boas práticas organizacionais como ação estratégica pela igualdade de direitos e cidadania. O selo reforça nosso trabalho constante de garantir um ambiente de trabalho acessível, inclusivo e respeitoso, capaz de estimular o desenvolvimento de todo o nosso time. Seguimos no caminho com a certeza de que podemos ter um futuro mais equitativo!

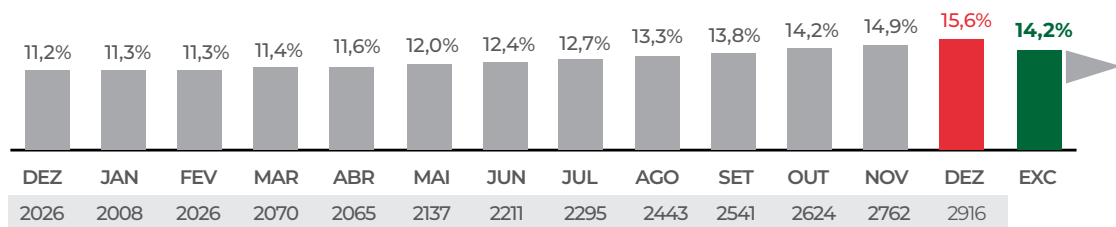
Nosso Programa de Diversidade, Equidade e Inclusão faz parte de um posicionamento global da companhia e, no Brasil, é desenvolvido por um comitê formado por oito líderes, entre diretores e gestores, que impulsionam as ações desenvolvidas pela área de DE&I e Grupos de Afinidades. Estes foram criados para fomentar conhecimento, troca de experiência e dar protagonismo para seus integrantes, que são convidados a propor ações, palestras e eventos dentro

dos temas. Dos quase 100 colaboradores interessados, 40 foram selecionados para formar 4 grupos de afinidades com 10 integrantes em cada:

**Equidade de gênero** – Aborda pautas como mulheres em cargos de liderança, maior presença feminina na operação, respeito no ambiente de trabalho, a importância da participação dos homens na luta por equidade, etc. Um resultado direto desse planejamento foi o preenchimento de 40% das vagas abertas no novo Centro de Distribuição do ABC paulista por mulheres.

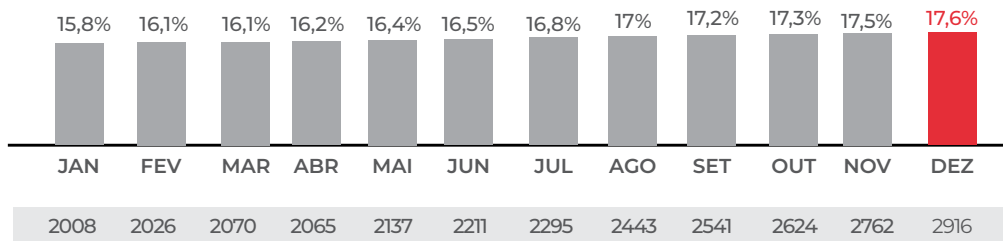
O gráfico abaixo mostra que entre dezembro de 2020 e dezembro de 2021, a taxa de colaboradoras na empresa subiu de 11,2% para 15,6%, sendo que a meta era de 14,2%, ou seja, 1,4% a mais do que o planejado. Vale destacar que o percentual demonstrado é calculado em cima do total de colaboradores a cada mês.

### Evolução de mulheres no quadro geral da Coca-Cola FEMSA Brasil em 2021



Já em 2022 fechamos o ano com 17,6% de mulheres em nosso quadro funcional.

### Evolução de mulheres no quadro geral da Coca-Cola FEMSA Brasil em 2022



Para aumentar o número de mulheres na liderança da empresa gradualmente, a FEMSA Brasil definiu a meta de ter **40% de líderes femininas na companhia até 2030**.

|                       | Mulheres na Liderança | Mulheres no quadro funcional |
|-----------------------|-----------------------|------------------------------|
| <b>Meta 2021</b>      | 24%                   | 14,2%                        |
| <b>Resultado 2021</b> | 26,37%                | 15,6%                        |
| <b>Meta 2022</b>      | 28%                   | 18%                          |
| <b>Resultado 2022</b> | 26,4%                 | 17,2%                        |

A fábrica da Coca-Cola FEMSA Brasil em Jundiaí, a maior do mundo em volume de produção, conta com novo comando desde maio de 2022. A engenheira química Celise Ritto tornou-se a nova diretora industrial da planta, em substituição a Vinicius Micai Nunes, que assumiu a função de diretor de manufatura da companhia no Brasil.

Natural de Botucatu (SP), Celise é bacharel em Biologia, graduou-se em Engenharia Química, cursou MBA em Logística (direcionado ao negócio de bebidas) e em Gestão Empresarial. Esta-

mos comprometidos com a construção de um ambiente cada vez mais inclusivo e plural, por isso proporcionamos às mulheres oportunidades para atuar em qualquer área, desenvolvendo todo tipo de atividade, por meio de ações de recrutamento, capacitação e promoção para os mais diferentes cargos.



**CELISE RITTO,**  
diretora da fábrica de Jundiaí da Coca-Cola FEMSA Brasil.

**Muitas vozes. Um DNA**

*“É uma enorme satisfação retornar para a fábrica onde comecei a minha carreira. Sinto-me muito orgulhosa de constatar todo o crescimento da operação em Jundiaí, desde quando trabalhei pela primeira vez na unidade.”*



**RODRIGO TROIANO,**  
gerente de Talento  
e Cultura da  
Coca-Cola FEMSA Brasil.

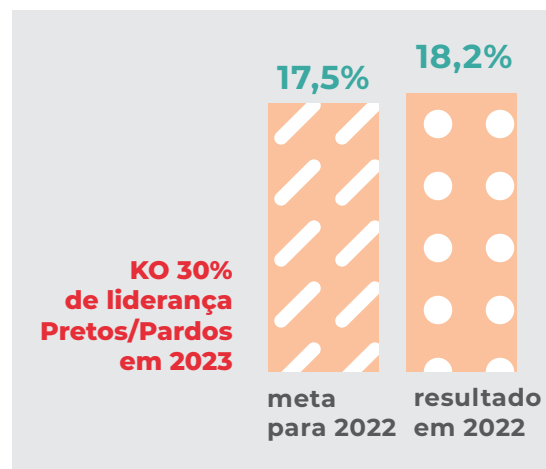
**Muitas vozes. Um DNA**

*“Alinhado com o nosso compromisso de seguir promovendo a equidade de gênero em todos os níveis da organização, buscamos criar um ambiente adequado para que as nossas colaboradoras se sintam incluídas e valorizadas pelos seus conhecimentos, comportamento, habilidades e resultados, com oportunidades de desenvolvimento e reconhecimento com base em talento. Nas comunidades, temos oferecido cursos de qualificação para o setor de bebidas e programas de estímulo ao empreendedorismo a mulheres em situação de desemprego.”*

No âmbito de nossa responsabilidade internacional de contribuir positivamente para o desenvolvimento do talento e da liderança das mulheres, adotamos em 2022 os Princípios de Empoderamento das Mulheres das Nações Unidas, reafirmando o nosso compromisso com a igualdade de gênero no ambiente de trabalho, bem como em todos os ambientes e comunidades onde atuamos.

Nos últimos quatro anos, a Coca-Cola FEMSA tem sido reconhecida como uma das empresas listadas no Índice Bloomberg de Igualdade de Gênero (GEI – Gender-Equality Index) pelas práticas e políticas a favor da pauta.

**Raça e etnia** – O grupo tem como objetivo valorizar outras culturas e abraçar as diferenças, sem que ninguém fique de fora em razão de raça ou etnia. Aqui na Coca-Cola FEMSA Brasil, hoje e sempre, afirmamos que, além de conhecer, é preciso agir para combatermos juntos o racismo. Temos a meta de ter 30% de pessoas negras<sup>10</sup> na liderança da empresa até 2030. A meta anual preestabelecida em 2022 foi superada em 0,70%.



**Pessoas com deficiência** – Sua finalidade é incluir pessoas com deficiência em diversos ambientes e áreas da empresa, por isso todas as nossas vagas podem ser ocupadas por pessoas com deficiência. Em 2021, 4,2% do quadro funcional da KOF BR era composto por pessoas com deficiência. No mesmo ano, oferecemos treinamento de promotores, palestras sobre inclusão profissional de pessoas com deficiência para a diretoria, lideranças e RH, acessibilidade comunicacional em todas as iniciativas internas da empresa, contratação de consultorias especializadas, aulas de Libras *on-line*, entre outras ações direcionadas para garantir a inclusão deste público. Cria-



mos ainda uma campanha de atração de talentos para ocupar 6% das vagas disponíveis no novo Centro de Distribuição do ABC Paulista, obtendo êxito na operação. Em 2022, seguimos com os esforços para ampliar a representatividade deste público internamente, e atingimos 4,3% do quadro funcional composto por pessoas com deficiência.

**LGBTI+** – Respeitar as pessoas, independentemente de sua orientação sexual ou identidade de gênero, contribuindo para um mundo mais tolerante, é o que rege as ações deste Grupo de Afinidade. As ações realizadas por ele incluem eventos e palestras de sensibilização ao longo do ano e, especialmente, no dia 28 de junho, Dia do Orgulho LGBTI+.

Os Grupos de Afinidade permitiram que os colaboradores passassem a ter maior autonomia para discutir os temas mais importantes pensando no benefício coletivo. “Conseguimos fazer com que as pessoas participem ativamente e, o mais importante, que sejam escutadas”, diz Ricardo Brito, representante do Grupo de Afinidade Raça e Etnia. A Coca-Cola FEMSA busca ser parte da construção de uma sociedade mais justa e plural, oferecendo um ambiente de trabalho acolhedor em que todos possam se sentir livres e seguros da forma como se identificam.



**RICARDO BRITO,**  
analista de Marketing da  
Coca-Cola FEMSA Brasil.

**Muitas vozes. Um DNA**

*“Sempre as pessoas têm um nome, quando você não sabe o nome da pessoa e quer trazer uma característica, você traz uma contextualização: ‘Sabe aquela mulher que estava aqui perto da impressora?’, em vez de ‘Sabe aquela mulher gorda que estava aqui?’. Temos que respeitar cada um em sua singularidade e seus espaços, não podemos reduzir as pessoas às suas características”.*



Destaques de Projetos da área de Diversidade, Equidade e Inclusão em 2021 e 2022

**Escolas de Formação** - Cursos de capacitação oferecidos nas unidades da Coca-Cola FEMSA Brasil, destinados a mulheres desempregadas e em situação de vulnerabilidade social com o objetivo de ajudá-las a retornarem ao mercado de trabalho. Ao todo, em 2021, foram **247 mulheres beneficiadas** em 20 turmas distribuídas entre os cursos mencionados abaixo, das quais mais de **20%** foram contratadas pela empresa.

### Curso Promotora

#### 153 participantes

Porto Alegre, Sumaré,  
Belo Horizonte, SP Metrô,  
Maringá, SP Novo Mundo,  
Balneário, Curitiba,  
São José dos Campos, Santos

### Curso Ajudante

#### 50 participantes

Maringá Antônio Carlos,  
Campo Grande

### Curso Empilhadeira

#### 31 participantes

Antônio Carlos,  
Campo Grande, ABC

### Curso Operador de linha

#### 15 participantes

Itabirito

As Escolas de Formação seguiram em 2022. Em se tratando de público externo o projeto impactou 361 pessoas (homens e mulheres), já em relação ao público interno foram 30 mulheres beneficiadas.



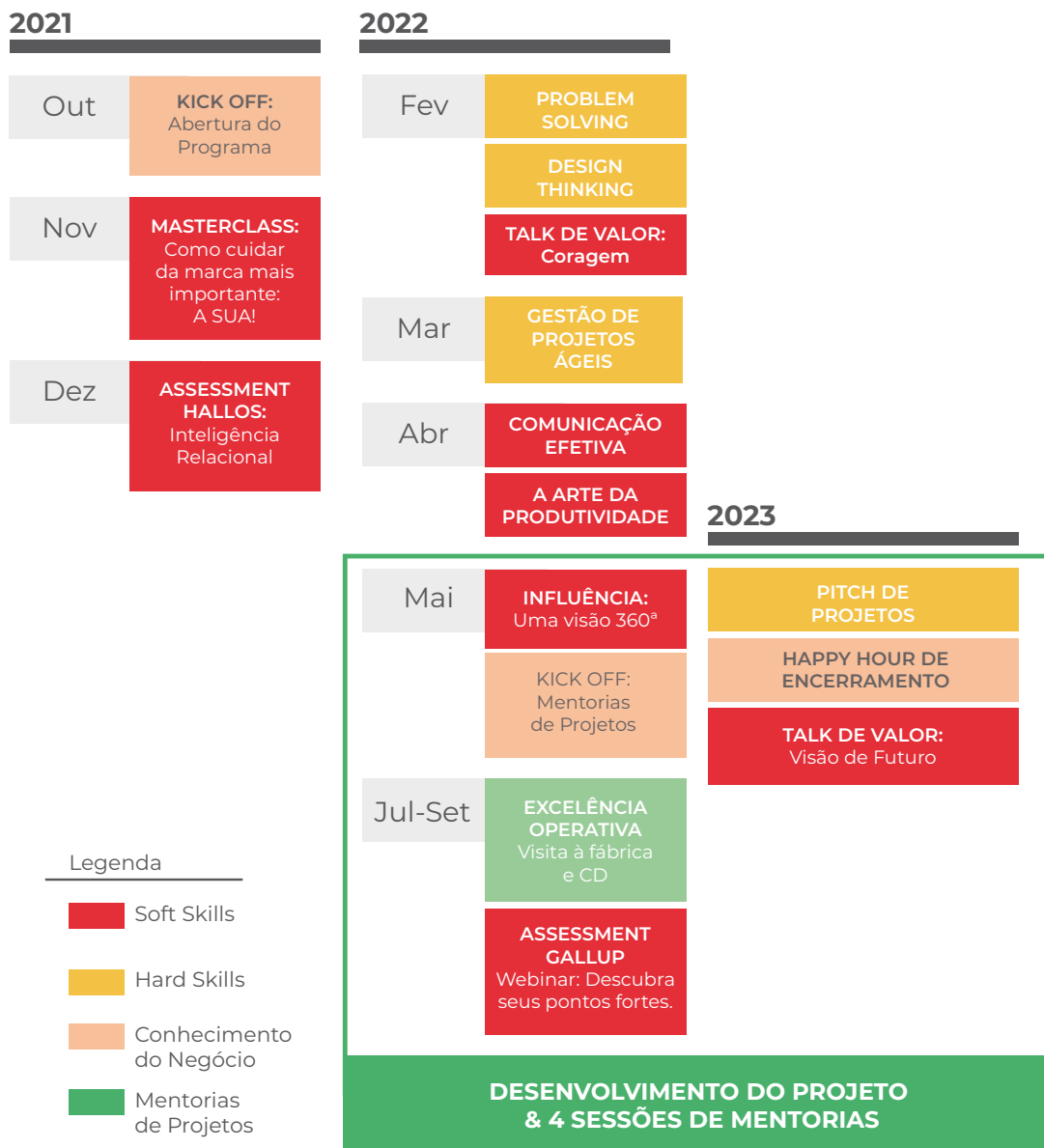


**Elas na Liderança** - O objetivo é desenvolver mulheres de média gestão e acelerar suas carreiras para conquistarem posições mais altas na liderança. Foram **27 mulheres impactadas** pela mentoria, com aulas relacionadas à empoderamento e à carreira. O programa, que

começou com a palestra “Como cuidar da marca mais importante: a sua”, em novembro de 2021, teve duração de dez meses, com conclusão em julho de 2022, com a apresentação de projetos que foram criados por cada participante.

## Trilha Elas na Liderança

O programa ELAS na Liderança foi composto por uma jornada robusta de ações voltadas para Autoconhecimento & Marca Pessoal, Soft & Hard Skills, Conhecimento do Negócio, Mentoria de Projetos e um grande entregável final que é um projeto de relevância para a companhia.



### Legenda

- Soft Skills
- Hard Skills
- Conhecimento do Negócio
- Mentorias de Projetos



# Trilha Elas na Liderança


## 1ª edição


**56% (15)**   
**FORAM PROMOVIDAS  
OU MOVIMENTADAS  
DURANTE O PROGRAMA.**


27 participantes 






**44% (12)**  
**ESTÃO SENDO  
ACOMPANHADAS  
PARA POSIÇÕES  
FUTURAS**


 Ayako Freitas, Fernanda 09:57  
**Sensacional; parabéns aos idealizadores! Me sinto privilegiada**

 Lopes Fragoso, Sandra Patricia 09:57  
**Estou muito muito feliz por ser reconhecida e desenvolvida**

 Acciari, Maria Luiza 10:00  
Palma, Cristina Viji e José, Paloma  
**Paloma, boa tarde**  
Agradeço muito pelo carinho, pois sou uma pessoa extremamente exigente comigo e com meu desempenho. O programa só tem me fortalecido como profissional, mulher, mãe, amiga...enfim, como pessoa ! Minha busca hoje é ser uma pessoa melhor a cada dia !  
Atenciosamente,

 Catarina Pereira, Aurea 18:17  
**Nossa eu amei, não imagina o quanto...**  
Muito obrigada de coração, vou agradecer a cada um pelo carinho. Como gestora eu sempre estou nesse papel de feedback, agradecimento com equipe e até com os gestores. É quando li as mensagens me coloquei no lugar deles. Me fez sentir tão valorizada... Me dá mais força. Tão bom saber que estou avançando no caminho certo. Nossa não sabe como isso me deixou feliz, eu tenho me esforçado muito, muito mesmo para ser uma profissional e pessoa cada dia melhor sabe, e como é importante termos esses feedbacks que vem para contribuir ainda mais nesse processo.  


 Glock Masceno Dea, Francine 10:02  
**Me sinto muito privilegiada em fazer parte desse programa! Obrigada pelo reconhecimento!**

 Afonso Velho, Edna 18:03  
**Um tarde pra gravar na memória!!! Muito show!!!!**



**Programa de Mentoria** - Em 2021, não houve uma segunda edição do programa. Já em 2022, a iniciativa foi retomada com o objetivo de desenvolver a nossa liderança por meio da troca de experiências e conhecimentos entre o mentor e seu mentorado.

**Inscrição**

18/04 - 10/05/2022

**Análise dos inscritos**

11/05 - 14/06/2022

**Priorização dos participantes**

15/06 - 20/07/2022

**Kick Off**

09/08/2022

**Capacitação Mentores**

10/08/2022

**Capacitação Mentees**

11/08/2022

**Encontro de Encerramento**

Abril/23

Inscrições tem 37 duplas e terá duração de **6 meses (Agosto/2022 a Março/2023)**, com intervalo de 20 a 30 dias entre as sessões com aproximadamente 60 minutos de duração.

**Programa #ElasNoComercial** - Programa de mentoria oferecido, em 2021, para 413 mulheres. Com um total de 12 horas de curso, divididas em quatro encontros, os temas abordados foram autoconhecimento, criação de currículo, desenvolvimento de comunicação e oratória, gestão de tempo e desenvolvimento de perfil no LinkedIn. Além de capacitar e empoderar essas mulheres, o programa também tinha como objetivo oferecer 50 vagas de supervisora de merchandising dentro da Coca-Cola FEMSA Brasil em qualquer unidade dos estados de MG, PR, RJ, RS e SP.

**Projeto-piloto Rota Plural** - Uma iniciativa voltada para mulheres que não conseguem retornar ao mercado de trabalho para cumprir horário integral. O projeto estreou, em 2021, em São José do Rio Preto (SP), com funcionárias que fazem rota a pé na cidade para atender os clientes da região.

**Elas Transformam** - A campanha, realizada ao longo de 2021, teve como objetivo oferecer protagonismo para mulheres da empresa compartilharem suas histórias, como contribuíram para a transformação de suas áreas de atuação, os aprendizados e desafios que já enfrentaram na vida, etc. Foram divulgados, internamente, artigos distintos com a história de 18 mulheres da companhia que serviram de inspiração para outras colaboradoras.

**Pílulas em Libras** - Este programa é um complemento do curso de Libras oferecido ao longo de 2020. Em 2021 e 2022, foram veiculados periodicamente



20 vídeos curtos por meio dos canais de comunicação interna da companhia (newsletter, mural e WhatsApp, além da disponibilização no portal da UFEMSA – Universidade FEMSA).

**Lean in Circles** - Encontros virtuais com mulheres para falar sobre assédio, visibilidade na carreira feminina, maternidade como potência, ética na prática e desafios da mulher negra no Brasil. O objetivo dessas palestras é divulgar informação, aproximar o público interno feminino e promover reflexão sobre temas importantes para a empresa. Em 2021, foram três palestras, sendo duas sobre assédio e uma sobre diversidade. O Lean in Circles, em 2022, mudou de

formato e passou a contemplar rodas de conversa e cada encontro abordou um determinado tema de diversidade.

**Direitos Humanos e Trabalhistas** - Participação em eventos tendo como objetivo fortalecer a agenda de direitos humanos. Em 2022 realizamos diversas ações: Em parceria com a COOPERFEMSA iniciamos uma linha de crédito para profissionais com deficiência comprarem equipamentos e soluções assistivas; patrocinamos o evento do Aniversário da Lei de Cotas e o Afro Presença – maior evento de inclusão de jovens negros no Brasil; participamos do 10º Fórum Inclusão da Diversidade ABRH-SP. Além de termos conquistado o Selo de Direitos Humanos e Diversidade com o Projeto Escolas de Formação para Mulheres.



## Empreenda Como Uma Mulher

O Empreenda Como Uma Mulher é um programa gratuito que capacita mulheres empreendedoras, desenvolvido em parceria com prefeituras locais, Agência Curitiba de Inovação e com o SEBRAE. Em 2022 certificamos 600 mulheres com nossa capacitação.

Em Porto Alegre (RS), o programa contou com módulos divididos em três etapas: diagnóstico, trilha de desenvolvimento e mensuração de resultados, em 14 encontros *on-line*. Levou ferramentas teóricas e práticas de empreendedorismo e gestão, e conteúdos que abordaram estratégias de liderança, gestão, autoconhecimento e aspectos comportamentais, além de ter promovido o amplo compartilhamento de informações e práticas necessárias para se criar um negócio ou alavancar um empreendimento já existente.

Já em Curitiba e Maringá (PR), o programa gerou oportunidades às empreendedoras a realizarem novas conexões, compartilhar conhecimentos e experiências, conhecer outras mulheres incríveis, falar sobre negócios, gestão, liderança, propósito, desafios e, principalmente, fazer negócios. Ao todo, foram 13 módulos trabalhados ao longo da capacitação.

**ALICE ALVES,**  
empreendedora do Licinha Crochê  
e ex-participante do Empreenda  
como uma Mulher.

**Muitas vozes. Um DNA**

*“O curso abriu portas para mim. Agora eu posso dizer que eu sou uma empreendedora, que eu posso fazer algo, crescer pessoalmente e financeiramente. A parte do curso que eu mais me encantei foi a de finanças, em que aprendi muito, abriu minha mente de uma maneira muito boa, que vai me ajudar não só agora, mas para o resto da vida.”*



**CAMILA AMARAL,**  
Vice-presidente Jurídica e  
de Assuntos Corporativos  
da Coca-Cola FEMSA Brasil.

**Muitas vozes. Um DNA**

*“Nós da Coca-Cola FEMSA temos o compromisso de promover a equidade de gênero e gerar oportunidades para mulheres. Essa parceria com o Empreenda Como Uma Mulher vai ao encontro de uma série de ações concretas que a companhia adota para promover o empoderamento feminino e melhorar as condições socioeconômicas das mulheres nas regiões onde a empresa atua. Temos certeza de que esse programa faz a diferença na vida de centenas de mulheres da capital gaúcha.”*

Além das aulas e conteúdos, o Empreenda Como Uma Mulher foi uma ótima oportunidade para a ampliação de contatos e networking, trocas de experiências e a formação de uma rede de empreendedoras com objetivos comuns de empoderamento do grupo. “Acabo me tornando referência, muitas mulheres me perguntam o que elas podem fazer para melhorar. Eu acho que toda experiência é válida, seria maravilhoso se a iniciativa continuasse em 2023 para trazer ainda mais experiências para outras mulheres. São trocas que acabam complementando umas às outras tanto nos negócios quanto na vida de cada uma”, declara a empreendedora Sheila Brambila.

Sheila Brambila está há nove anos no mercado. Casou aos 15, e seu pai sempre lhe dizia: “você tem que trabalhar e estudar, pois sempre atrás de um grande homem tem uma grande mulher”. A inspiração para empreender veio do próprio pai, que tinha um mercado pequeno, daqueles de bairro. Um dos empreendimentos de Sheila, inclusive, é em homenagem ao seu pai, o Mercado do Baixinho; o outro homenageia seu sogro, o Mercado Brambila. Sheila reinventou a frase que muitas mulheres costumam ouvir: “atrás de um grande homem tem uma grande mulher”. A empreendedora acredita que ao lado de uma grande mulher, existe um grande homem. E para ela o mundo dos negó-





cios é gostar de gente e ter parceiros. “Todas as conexões são muito bem-vindas ou para se inspirar ou para mostrar que não quero aquilo para mim. Em conversas temos trocas de experiências e vislumbramos possibilidades”.

Uma das vertentes do empreendedorismo feminino é o afroempreendedorismo, mercado que movimenta anualmente 1,73 trilhões de reais no Brasil. E 24% das empreendedoras do programa

Empreenda Como Uma Mulher eram mulheres negras. É o caso de Sheila Makeda e Shirley Leela, irmãs que, juntas, lançaram em 2022 a marca de cuidados para cabelos crespos e cacheados. Para as irmãs Makeda é importante valorizar o coletivo. “Ubuntu, eu sou porque nós somos! Acreditamos muito que sozinha não fazemos nada. Para o nosso negócio acontecer, dependemos de nossos fornecedores, parceiros, dependemos do coletivo”.



## CODES – Comitê de Desenvolvimento Social (voluntariado)

Como uma iniciativa coletiva da Coca-Cola FEMSA Brasil, o CODES está presente em quase todas as unidades da companhia. Os comitês são formados por pessoas de diversas áreas, que contam com o apoio do RH para planejar e executar ações de desenvolvimento social de acordo com as necessidades identificadas em cada região.

Em 2021, foram realizadas 700 iniciativas, entre elas, 163 ações promovendo bem-estar e qualidade de vida (temas como Combate ao Colesterol, Setembro Amarelo, Outubro Rosa e Novembro Azul) e 11 relacionadas ao combate à Covid-19. Já em 2022, foram 880 iniciativas de voluntariado (apadrinhamento de cartinhas no Natal, arrecadação de chocolates na Páscoa, distribuição de absorventes, mentoria de jovens em situação de vulnerabilidade), e 2.193 de desenvolvimento social, das quais, 1.220 estavam ligadas à promoção de saúde, bem-estar e qualidade de vida (Janeiro Branco, Doação de Sangue, Setembro Amarelo, Outubro Rosa e Novembro Azul). Devido a sua grande importância, Saúde Mental foi trabalhada em todas as unidades, mesmo fora dos meses de Janeiro Branco e Setembro Amarelo.

O departamento também foi responsável pela edição de três revistas de educação financeira, criadas para difundir o tema entre crianças e adolescentes, e que foram entregues junto com os kits escolares de 2022:

- ▶ Cuidar do dinheiro é muito mais simples do que parece – Destinada a crianças de 6 a 10 anos;
- ▶ Pai, me dá um dinheiro aí? A mesada – para crianças e adolescentes de 11 a 14 anos;
- ▶ Educação financeira para jovens: um *spoiler* sobre o dinheiro – Destinada a jovens de 15 a 17 anos.

Além de realizar ações de desenvolvimento social para seus colaboradores e familiares, o CODES, através do voluntariado, desenvolve campanhas para a comunidade, tendo a educação, o apoio comunitário, o meio ambiente e a saúde e bem-estar como pilares de suas ações.

Diante do cenário de pandemia, em 2021, o trabalho espontâneo, que contou com a participação de **15.679 voluntários**, foi mais voltado para os dependentes e familiares dos próprios colaboradores, com atividades realizadas virtualmente.

| Ano  | Horas de Voluntários | Voluntários |
|------|----------------------|-------------|
| 2021 | 21.050               | 15.679      |
| 2022 | 13.158               | 9.570       |



Entre as ações realizadas pelo CODES, podemos destacar:

**Trajetórias** - O programa, que até 2021 era chamado de Clássicos Coca-Cola, premia os funcionários que completam ciclos de cinco anos na casa, com o objetivo de reconhecê-los e agradecer pela dedicação para com a companhia. O sistema de premiação sofreu alteração em 2020, funcionando em uma plataforma *on-line* que opera a partir do resgate de pontos. Os prêmios de 2020 e 2021 foram liberados apenas no início de 2022. Sendo assim, seu primeiro ano de funcionamento foi essencial para receber feedback e fazer ajustes para atender às expectativas dos nossos colaboradores. Entre 2020 e 2021, 3.900 colaboradores foram contemplados com o prêmio. Já em 2022, este total foi de 6.833 pessoas. Em dezembro de 2021 e de 2022, a Coca-Cola FEMSA Brasil promoveu um almoço de confraternização com os colaboradores que completaram 35, 40 e 45 anos de casa<sup>11</sup>.



**NEURI AMABILE FRIGOTTO,**  
Diretora de Novos Negócios da Coca-Cola FEMSA Brasil.

**Muitas vozes. Um DNA**

*“Tenho em minha carreira de 45 anos na Coca-Cola FEMSA Brasil muitas alegrias, uma delas é de realizar coisas que eu achava que era impossível. A minha trajetória tem sido de transformar as pessoas e os negócios. Encontro profissionais com quem já trabalhei e que hoje estão em posição de liderança que me dizem que eu fiz diferença na carreira delas. Um conselho que eu daria para quem está começando é aprender com os outros, as novas gerações já tem uma instrumentação muito forte, mas devem se atentar para o conhecimento adquirido nas relações interpessoais. Você também não deve ficar esperando alguém fazer algo por você, é necessário você investir em si mesmo. Enquanto isso eu espero continuar na Coca-Cola FEMSA tendo a oportunidade de me aperfeiçoar, aprendendo coisas novas, não parar no tempo”.*

11. A Coca-Cola FEMSA Brasil considera todos os anos trabalhadores de um colaborador em determinada unidade, independentemente de quando a fábrica foi comprada pela KOF BR.



**KOF Prepara** - Criado em parceria com o Instituto Joule, o objetivo deste programa é transformar a vida de jovens talentos, filhos e filhas dos colaboradores da Coca-Cola FEMSA Brasil, por meio de mentorias *on-line* voluntárias com profissionais de diversas áreas da empresa. Em 2021, o programa teve quatro meses de duração, que somaram 324 encontros virtuais, impactando 48 jovens distribuídos em cinco estados brasileiros: Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Paraná, Rio Grande do Sul e São Paulo. Já em 2022, o KOF Prepara contou com 443 encontros virtuais de mentoria e envolveu 67 jovens de Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Paraná, Santa Catarina e São Paulo.

*“Entrei no projeto buscando saber qual profissão seguir, e saí sabendo que independente de qual seja, eu serei a minha bússola.”*

**Gustavo Matias do Nascimento, mentorado**

*“Essa experiência foi tudo pra mim, ampliou meus horizontes de estudos e determinação.”*

**Isabella Silva dos Santos, mentorada**

*“Me fez pensar muito em como tudo o que eu já pude presenciar na vida profissional é valioso para um jovem que está iniciando agora, e fico pensando como teria sido útil para mim esse trabalho há 30 anos.”*

**Luigi Perrone Filho, mentor**

## Prêmio Soluções Inovadoras

Iniciativa criada em 2019, o Prêmio Soluções Inovadoras convida os colaboradores a proporem soluções práticas para aprimorar os processos de suas respectivas unidades. O prêmio é anual e seleciona os três melhores projetos

das categorias Agilidade, Aumento de Receita, Redução de Custos e Diversidade & Inclusão, este último adicionado em 2021. Em 2021, foram inscritos 138 projetos e os projetos vencedores foram:

| CATEGORIA          | LUGAR | PROJETO   | OBJETIVO DO PROJETO   |
|--------------------|-------|---|---|
| AGILIDADE          | 1º    | Automatização de Processamento WFM (Jurubatuba)             | Agilizar o processamento dos quadros no WFM e atualizar o relatório 100001 diariamente, sem precisar de acompanhamento.   |
|                    | 2º    | Automatização de válvula (Planta de Porto Alegre)           | Automatizar a válvula de Nitrogênio.  |
|                    | 3º    | APP - FEMSA MAIS (Centro de Distribuição Novo Mundo)        | Desenvolver um aplicativo de pesquisa de informações, que é fundamental para o dia a dia dos colaboradores da área comercial (de Promotor a Gerente).   |
| AUMENTO DE RECEITA | 1º    | Uniformes PET - Ciclo Sustentável (Planta de Jundiaí)       | Vender garrafas para empresas que fabricam uniformes com base de Pet reciclado com objetivo utilizar em nossas operações esses uniformes.   |
|                    | 2º    | PickKOF (Macro - Centro de Distribuição)                    | Replicar modelo de negócios "Clica e Retira" já existente no varejo e que pode ser implementado na nossa indústria, tanto no formato B2B como em um segundo momento no formato B2C.                                 |
|                    | 3º    | Data Crítica no WhatsApp                                    | Negociar produtos em Data Crítica via WhatsApp.   |
| REDUÇÃO DE CUSTOS  | 1º    | Strech reutilizável para mistos (Sumaré)                    | Desenvolver uma capa para stretch, ajustável e transparente, que possa atender às necessidades da operação, facilitar o trabalho dos ajudantes de montagem e descarga e proteger a carga ao longo de toda a cadeia. |
|                    | 2º    | Vamo no gás que gela mais (Cascavel)                        | Oferecer limpeza dos condensadores das geladeiras instaladas nos PdVs.  |
|                    | 3º    | Eu garanto minha Pet retornável e você? (Planta de Marília) | Aumentar a vida útil dos Ref Pet no PDV com orientações rápidas e constantes por meio de banners e tags.  |



| CATEGORIA              | LUGAR | PROJETO  | OBJETIVO DO PROJETO  |
|------------------------|-------|--|--|
| INCLUSÃO & DIVERSIDADE | 1º    | Desenvolvimento na comunicação em Libras e Inclusão das Pessoas com deficiência auditiva no setor do Armazém (Maringá) | Oferecer aulas de Libras semanais para os colaboradores a serem ministradas pelos gestores do Armazém. |
|                        | 2º    | Projeto Coca ao alcance de todos (Planta de Antônio Carlos)  | Implementar o braille na estampagem de garrafas Pet.   |
|                        | 3º    | Canal On Premise - Prestígio (Diversidade) (Jurubatuba)  | Desenvolver carteira específica de público LGBTQIA+, dentro do canal de On Premise / Prestígio.        |

Além de ganharem prêmios, os vencedores deram continuidade à sua participação no programa em 2022, passando por um processo de uma incubadora para desenvolver suas ideias, transformá-las efetivamente em projetos e possivelmente implementá-las. A programação da incubadora contou com uma sequência de treinamentos e workshops de Design Thinking, Gestão da Inovação, Gestão Ágil de Projetos e Indicadores (OKRs), além de 12 rodadas de acompanhamento com consultoria especializada e encontro de encerra-

mento com participação de todos os envolvidos para balanço do processo com êxitos, dificuldades encontradas e lições aprendidas. Esse programa contribui com a estratégia da Coca-Cola FEMSA de trazer a mentalidade e as práticas do ágil para o dia a dia da empresa, expressada em nossos corredores estratégicos, bem como por meio do DNA da empresa. Não houve outra edição em 2022, porque o Prêmio Soluções Inovadoras está passando por redesenho para evolução em 2023.





## Nossa Comunidade

Entendemos que fazemos parte de um ecossistema e temos responsabilidades para com os públicos que cercam as nossas unidades e contribuem para a continuidade do negócio. Por isso, atuamos ativamente para mitigar impactos negativos e promover ações que nos aproximam destas pessoas. Promovemos iniciativas nos seguintes temas: “Incentivo Econômico”, “Bem-estar Comunitário” e “Abastecimento Sustentável”, estabelecidos para este eixo na nossa estratégia de sustentabilidade.

## Programa de Visitas

Com o objetivo de integrar ainda mais a comunidade aos espaços da Coca-Cola FEMSA Brasil, os moradores locais podem visitar a fábrica e aprender sobre todo o processo de engarrafamento e armazenamento dos nossos produtos. No entanto, por conta da pandemia, o programa foi interrompido, tendo permanecido inativo ao longo de 2021 e 2022.



## Caravana de Natal

Com o tema “A Magia Acontece”, a Caravana de Natal de 2021 foi realizada em formato híbrido. Na versão *on-line*, criamos uma forma de permitir interação com o Papai Noel em dois cenários diferentes. Em um deles, o consumidor podia tirar uma foto e compartilhá-la nas redes sociais. Fizemos também uma personalização de mensagem natalina com fotos para serem enviadas via WhatsApp e/ou postadas, e desenvolvemos um game interativo com o Papai Noel. Além de todas essas ações virtuais, a Caravana oficial percorreu mais de 70 mil quilômetros, contemplando 26 cidades do território FEMSA, nos estados do Rio Grande do Sul, Paraná, Santa Catarina, São Paulo,

Minas Gerais, Mato Grosso do Sul e Rio de Janeiro. Seguindo os protocolos de segurança referentes à Covid-19, as rotas não foram divulgadas com antecedência para evitar aglomerações.

Nossos caminhões foram iluminados com telas de led e milhares de microlâmpadas enfeitando as ruas por onde passavam. Um dos caminhões tinha um jardim vertical com plantas semeadas em 500 garrafas PET de 2 litros. O outro levava o Papai e a Mamãe Noel em uma ceia de Natal.

A Caravana foi assistida por mais de 286 mil pessoas. Esta campanha, fei-



ta em parceria com a The Coca-Cola Company, teve vários desdobramentos. Entre eles a “Árvore dos Reencontros” na Ponte Estaiada de São Paulo, com inauguração *on-line*. Houve também a união de forças com a ONG Ação da Cidadania para engajar o público a fazer doações para a campanha Natal Sem Fome, uma das maiores mobilizações sociais do país. Doamos mais de 4 mil cestas básicas que foram distribuídas para famílias das 26 cidades por onde a Caravana de Natal passou.

Já em 2022, após dois anos de restrições por conta da pandemia de Covid-19, retornamos às origens com a tradicional árvore de Natal de São Paulo aberta ao

público. A estrutura de 52 metros de altura por 22,2 metros de diâmetro com uma estrela brilhante no topo, remetia às raízes natalinas junto com uma atração inédita, a Casa do Papai Noel, espaço instagramável que reforçava que o Natal sempre encontra o caminho para unir as pessoas. Em 2022, repetimos a parceria com a Ação da Cidadania e a Coca Cola Company no combate à fome. Doamos para ONGs parceiras do nosso território mais de 40 mil unidades de Crystal de 1,5L – totalizando cerca de 60 mil litros de água. Além disso, distribuimos mais de 10 mil cestas básicas, beneficiando mais de 40 mil pessoas.





**LUCIANO ALVES DE SÁ**, gerente  
Experience & Prestige  
Accounts da Coca-Cola  
FEMSA Brasil.

**Muitas vozes. Um DNA**

*“Com a melhora do cenário pandêmico e a população vacinada, a Coca-Cola FEMSA Brasil se orgulha em poder retomar uma maior proximidade do público com a árvore e proporcionar cenários incríveis para os momentos em família. Queremos novamente reunir amigos, estimular abraços e ver o brilho nos olhos das pessoas. O Natal Coca-Cola é um presente para a cidade de São Paulo e um símbolo da nossa missão de satisfazer os consumidores não apenas com produtos refrescantes e de qualidade, mas também com momentos de lazer e alegria.”*

A Caravana Iluminada de Natal da Coca-Cola percorreu as ruas de 66 cidades de sete estados brasileiros em que estamos presentes, com cinco caminhões iluminados. E, pelo segundo ano consecutivo, os caminhões foram conduzidos por duas mulheres, Izabel Aparecida Alves de Souza e Roselaine Manini Cassinelli.

Uma novidade no ano de 2022 foram as caçambas dos veículos que traziam madeira reaproveitada de pallet, com iluminação e sistema de bolhas de sabão ativados com a energia gerada por painéis solares.

---

A Coca-Cola FEMSA Brasil conquistou o Prêmio POPAI, que reconhece os mais originais e eficazes projetos de comunicação visual e materiais de comunicação no ponto de venda. Reforçando o DNA inovador, a empresa criou a Vila de Natal, onde, em um só local, foram reunidas marcas icônicas, tornando a experiência de compra tematizada para vivenciar com a família e resgatar a verdadeira tradição de Natal.

---



## Edital “Acelerando Ideias para um Mundo Melhor”

### EDITAL IDEIAS PARA UM MUNDO MELHOR

O edital “Acelerando Ideias para um Mundo Melhor” realizou novas edições nos últimos dois anos. O objetivo foi impulsionar projetos sociais e ambientais de instituições sem fins lucrativos que atuem direta ou indiretamente com o bem-estar comunitário nas regiões próximas às fábricas da KOF BR. As iniciativas devem estar relacionadas a temas defendidos pela nossa empresa como, por exemplo, promoção de estilos de vida saudáveis, diversidade e inclusão, empoderamento feminino, economia circular e empreendedorismo. Desta forma, incentivamos o protagonismo local e contribuimos para o amadurecimento dos projetos, investindo em desenvolvimento comunitário e capacitação.

Em 2021, 11 projetos foram selecionados, um em cada território em que estamos presentes. Cada um deles recebeu até R\$ 50 mil para viabilizar sua iniciativa e beneficiar a comunidade a partir de demandas identificadas por eles mesmos.

Já em 2022, abrimos a oportunidade para startups participarem. A empresa fez um aporte de R\$ 150 mil para dois projetos selecionados. Os escolhidos participaram de um programa de aceleração e terão a oportunidade de desen-

volverem, ao longo de 2023, protótipos na companhia, com acompanhamento da Grow+ aceleradora e **da investidora de startups de impacto.**



**CAMILA AMARAL,**  
Vice-presidente Jurídica e  
de Assuntos Corporativos  
da Coca-Cola FEMSA Brasil.

**Muitas vozes. Um DNA**

*“O edital nos permitiu investir em ações inovadoras e, ao mesmo tempo, contribuir para a construção de um futuro mais sustentável. Tivemos a oportunidade de apoiar e capacitar projetos com potencial de alcançar escala e gerar impacto socioambiental.”*



## Os vencedores foram:

| PROJETO   | PARCEIRO   | REGIÃO          |
|---|--|-----------------|
| O Goalball como Ferramenta para Inclusão Social de Pessoas com Deficiência Visual           | ACESA - Associação Catarinense de Esportes Adaptados   | Antonio Carlos  |
| Acolhendo com Energia Positiva  | AELESAB – Programas de Integração e Assistência à Criança e Adolescente  | Bauru           |
| Ritmo das fases   | Associação Especial de Apoio à Criança e ao Adolescente – CEACA  | Campo Grande    |
| Recria Resíduos   | Centro de Orientação e Controle de Excepcionais de Curitiba – COCEC  | Curitiba        |
| Capacitação Comunitária   | Associação Artística, Cultural, Social, Educacional e Ambiental de Brumadinho  | Itabirito       |
| Convivência Cidadã  | Associação de Educação do Homem de Amanhã de Jundiaí – Guardinha   | Jundiaí         |
| Conectado ao Futuro   | Associação Recanto Tia Cecília   | Sumaré          |
| GIRASSOL – Psicologia e Práticas Integrativas e Complementares para adolescentes com câncer | Associação de Combate ao Câncer de Marília e Região  | Marília         |
| Virtual Space   | Proteção ao Menor Carente de Sarandi – PROMEC  | Maringá         |
| A Arte faz um Bem   | Associação de Moradores Unidos do Jardim Juliana, Vila Paulicéia e Vila Nova Suíça – AJPS                            | Mogi das Cruzes |
| Rede Kitanda's de Mulheres Negras: vida saudável e afroempreendedorismo de periferia        | Instituto Camélia  | Porto Alegre    |
| <b>2022</b>   |  |                 |
| Avulta  | Avulta é uma startup que tem como objetivo promover o match inteligente entre candidatos com deficiência e empresas. | São Paulo       |
| Valora  | A startup Valora visa promover junto com a sustentaPet o aumento da coleta de PET, principalmente em condomínios.    | São Paulo       |

## Coca-Cola Dá um Gás no Seu Negócio

Este foi um projeto-piloto, realizado em 2021, em parceria com a a The Coca-Cola Company, em Porto Alegre, junto com a Aliança Empreendedora e o Instituto Camélia. O objetivo era impulsionar o negócio de mulheres empreendedoras e/ou pequenos comerciantes por meio de capacitação, troca de conhecimento e compartilhamento de experiências. A metodologia aplicada foi o modelo “cine clube”, que consiste em encontros em grupo (*on-line* ou presencial) para assistir vídeos produzidos com conteúdo informativo sobre educação financeira, marketing digital e formalização do negócio.

Principais resultados:



**20 mulheres selecionadas**



**25 aulas oferecidas na galeria de vídeos da plataforma**

**BEATRIZ G. PEREIRA,**  
Ilha da Pintada, Porto Alegre

### Muitas vozes. Um DNA

*“Então nós estamos aqui, eu negra, preta, da periferia, que arregaçou as mangas junto com outras mulheres, negras e não negras também, para que a gente não ficasse parada. Lutar pelo nosso sustento e que a gente pudesse montar essa quitanda com preço popular para que a periferia pudesse acessar. Não é fácil montar uma quitanda, mas temos que ir atrás de parceiros. [...] Estamos muito felizes. Estamos tendo o apoio da Coca-Cola FEMSA. Por exemplo, vocês estão vendo esse balcão refrigerado aqui ao fundo. Este balcão foi com este apoio.”*



## Inova Social

O Inova Social, nosso projeto em parceria com a Parceiros Voluntários, tem como objetivo disponibilizar uma jornada de aprendizagem contemplando quatro grandes temáticas sobre inovação (Design Thinking, Pitch, Teoria da Mudança e Mensuração de Impacto Social). Nos últimos três anos a iniciativa vem impactando liderança e técnicos das Organizações da Sociedade Civil (OSCs) e representantes de negócios de impacto social. Em 2022, foram 12 turmas com cerca de 30 alunos cada. Juntas, essas OSCs beneficiaram com seus negócios 232.868 mil pessoas.

Nossa ambição com o Inova Social é contribuir para que os gestores de organizações e startups possam se qualificar

e se atualizar em temas ligados à inovação, tornando-se aptos a conquistar mais espaço e fazer com que suas iniciativas sejam capazes de gerar benefícios ainda maiores.

Principais resultados:



**519 pessoas inscritas**



**153 representantes** de Organizações da Sociedade Civil e Startups localizados em



**40 cidades de 9 estados**  
**348 participantes**

### Número de cidades impactadas:

#### 01| AMAZONAS:

Manaus

#### 02| DISTRITO FEDERAL

Brasília

#### 03| MATO GROSSO DO SUL

Campo Grande

#### 04| MINAS GERAIS

Belo Horizonte, Brumadinho, Itabirito, Moeda, Nova Lima, Curvelo e Montes Claros.

#### 05| RIO DE JANEIRO

Rio de Janeiro.

#### 06| SÃO PAULO

Bauru, Biritiba Mirim, Cajamar, Campinas, Campo Limpo Paulista, Guarulhos, Itu, Jundiaí, Mogi das Cruzes, São Paulo, Sumaré, Garça, São Carlos, Marília.

#### 07| PARANÁ

Curitiba, Londrina, Maringá, Pinhais, São José dos Pinhais.

#### 08| SANTA CATARINA

Antônio Carlos, Biguaçu, Florianópolis, Itajaí.

#### 09| RIO GRANDE DO SUL

Canoas, Novo Hamburgo, Porto Alegre, São Leopoldo, Sapiranga, Sapucaia do Sul.





O projeto contemplou OSCs e startups com uma grande diversidade de públicos. Das organizações inscritas, a maioria trabalha com crianças e adolescentes, correspondendo a 34,9% do grupo; 17,5% atendem ao público em geral; 8,7% desenvolvem iniciativas com pessoas com deficiência; 6,9% atendem pacientes de doenças específicas; 6,3% trabalham com jovens e 5,7% atendem mulheres.

## Rede de Parceiros Sustentáveis

### rede de parceiros sustentáveis

Fomentar a troca de experiências e compartilhamento das melhores práticas de sustentabilidade e responsabilidade social entre empresas que interagem com a Coca-Cola FEMSA Brasil. Essa é a finalidade da Rede de Parceiros Sustentáveis.

Convidamos nossos fornecedores, parceiros, projetos e pares a formar uma rede através de encontros virtuais periódicos, desde a pandemia, para tratar temáticas relevantes da Agenda ESG.



Em 2021, ainda com a metodologia da Trilha Virtual de Desenvolvimento, apresentamos videoaulas de fundamentação conceitual e metodológica, publicamos um e-book, com cases, atividades e referências sobre o tema e realizamos um fórum para promover interação entre os participantes. Os temas abordados nos encontros virtuais foram:

- ▶ Sustentabilidade ambiental: por onde começar e agir (julho de 2021) – 172 inscritos;
- ▶ Como ampliar o impacto positivo na sociedade (agosto de 2021) – 135 inscritos;
- ▶ Governança: um aspecto da sustentabilidade nos negócios (outubro de 2021) – 135 inscritos;
- ▶ ESG na prática: como implementar a gestão da sustentabilidade (dezembro de 2021) – 164 inscritos.

Ao todo foram **206 participantes em 2021, e 300 em 2022.**

### Sustentabilidade na Cadeia de Fornecedores (Plataforma Ikus)

Temos o compromisso de contribuir com o cumprimento dos ODS estabelecidos pela ONU. Uma das iniciativas na área de Compras, que age em consonância com esse objetivo é o formulário, desenvolvido por nós em parceria com a IKUS Solutions, que classifica o grau de maturidade dos fornecedores com relação a práticas de sustentabilidade.

A metodologia de análise adotada pela plataforma se baseia nos padrões internacionais como ISO 14.001, ISO 26.000, SMETA, GRI, Pacto Global, entre outros. A partir da interpretação do formulário preenchido, a empresa é categorizada em um dos quatro graus de eficiência estabelecidos:

**Verde (alta qualificação)**

**Amarelo (média-alta qualificação)**

**Laranja (média-baixa qualificação)**

**Vermelho (baixa qualificação)**

Atualmente são **905 fornecedores** cadastrados na plataforma,

---

**42% verde**

**9% laranja**

---

**36% amarelo**

**13% vermelho**

---

Os valores acima consideram apenas 228 fornecedores, visto que 152 ainda estavam em processo de avaliação e 525 estavam com o envio do formulário atrasado. O formulário deve ser preenchido a cada dois anos para fornecedores qualificados como verdes, a cada um ano para os amarelos, a cada seis meses para os laranjas e a cada três meses para os vermelhos.



reciclar

reciclar

reciclar

reciclar

## Projetos Incentivados

Por meio dos recursos adquiridos via Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), apoiamos projetos no estado de São Paulo como o Programa de Ação Cultural de São Paulo (PROAC) e Programa de Incentivo ao Esporte (PIE). Alguns deles tiveram aportes em 2020, mas por conta da pandemia, não puderam ser executados no ano corrente, sendo postergados para 2021.

Projetos que tiveram aporte e execução:

### Reciclarte Mogi das Cruzes

| **Parceiro:** Ateliê Lúcio Bittencourt e escola Cempre Professor José Limongi Sobrinho (Mogi das Cruzes).

| **Objetivo:** estimular a produção artística com a utilização de materiais recicláveis e desenvolver a visão da arte e da cultura como negócio, com foco no empreendedorismo. Foram mais de 700 crianças impactadas que se envolveram em trabalhos artísticos com foco na reciclagem com papel e plástico. O resultado das atividades culminou com uma exposição aberta para a comunidade.

### Os Causos do Zé Barbado

| **Parceiro:** Cia. Camarim (Bauru)

| **Objetivo:** o projeto inicial era realizar uma peça teatral com turnê de trinta apresentações em instituições educacionais de Bauru. No entanto, por conta da pandemia,

a peça foi filmada e veiculada gratuitamente no canal do YouTube. Foram criados também dez vídeos curtos com o intuito de divulgar a peça *on-line*. Embora na previsão do projeto constasse que o conteúdo deveria ficar disponível por três meses, a Cia. Camarim decidiu deixar a obra com livre acesso no canal por tempo indeterminado. Com a diminuição dos casos de Covid-19 e o avanço da vacinação infantil, o personagem Zé Barbado passou a visitar os projetos sociais e escolas públicas da cidade de Bauru para fazer contação de histórias em 2022.

### Aqua Circus

| **Parceiro:** Projeto Lona das Artes (Campinas)

| **Objetivo:** promover conscientização sobre a importância da preservação do meio ambiente e dos recursos naturais por meio da difusão de um espetáculo circense. O projeto foi concluído e 26 espaços, entre escolas da rede pública de ensino e ONGs, foram contemplados pelo espetáculo, com plateia de aproximadamente 1.600 pessoas.

### Sonho de Herói

| **Parceiro:** entidades do Terceiro Setor de Sumaré e escolas públicas

| **Objetivo:** produzir uma peça teatral infantil que apresente alguns heróis do universo fantástico brasileiro. O objetivo era atrair o público infan-

til e seus responsáveis para o teatro, promovendo uma peça divertida e informativa. O projeto também produziu uma websérie de nove episódios sobre profissões da economia criativa, tendo como exemplo o teatro infantil. A peça foi apresentada nas cidades de Sumaré, Hortolândia, Cosmópolis e Bauru. A iniciativa ainda desenvolveu um livro didático com o intuito de apresentar o teatro e as práticas do teatro para o espectador mirim.

## Vamos Brincar! (Fundação FEMSA)



A Fundação FEMSA, que atua desde 2008 com foco no desenvolvimento infantil, tem como objetivo impactar positivamente pessoas e comunidades impulsionando projetos de investimento social para a sustentabilidade. Ela busca sempre três características em seus projetos: inovação, escalabilidade e replicabilidade.

O Vamos Brincar! é uma iniciativa idealizada pela Fundação FEMSA em parceria com a Sésamo, organização social sem fins lucrativos que criou o programa de televisão Vila Sésamo, veiculado no Brasil desde 1972. O objetivo desta iniciativa é fomentar um estilo de vida ativo e saudável em crianças de 3 a 5 anos, ampliando seus conhecimentos, habilidades e atitudes em cinco áreas: consciência do corpo, cuidado pessoal, alimentação saudável, atividade física e autorregulação. O projeto é fundamentado em três princípios:

- ▶ **IMPACTO ANTECIPADO:** abordar questões de saúde com as crianças;
- ▶ **PREVENÇÃO PRIMÁRIA:** promover hábitos e comportamentos duradouros que possam gerar impacto positivo para a saúde e o bem-estar da criança no futuro;



- ▶ **AUTOGESTÃO:** proporcionar autonomia para todos os envolvidos no projeto, de modo que hábitos saudáveis sejam incorporados de forma orgânica em suas vidas.

Entre as atividades promovidas, destacam-se oficinas e encontros de socialização de práticas centralizadas, articulação com organizações da sociedade civil (por meio da Coca-Cola FEMSA Brasil e veiculação dos materiais do projeto). O formato do projeto é *on-line* e é implementado por meio de auto-adoção<sup>12</sup> pela Sésamo. O público-alvo são redes de educação pública de diferentes regiões do país e organizações da sociedade civil. O material está disponível para 600 mil crianças da rede pública do Rio de Janeiro pela MultiRio (plataforma de

mídia educativa da cidade, vinculada à Secretaria Municipal de Educação do Rio de Janeiro.

Por meio da parceria entre a Fundação FEMSA e a Coca-Cola FEMSA Brasil, o projeto chegou a seis redes de educação municipal nas cidades de Itu (SP), Jundiaí (SP), Mogi das Cruzes (SP) e, mais recentemente, em 2021, no Rio de Janeiro (RJ), Belo Horizonte (MG), Recife (PE) e Maringá (PR). Entre os resultados de todos esses municípios, foram mais de 460 educadores, 190 centros de educação e 10 mil crianças e famílias diretamente impactadas.

A Fundação FEMSA procura expandir a capacitação *on-line* do projeto no Brasil e aumentar seu alcance nas organizações da sociedade civil.

## Histórico do projeto

| 2019                           | 2020  | 2021  | 2022                  |
|--------------------------------|---|---|-----------------------|
| 14 escolas atendidas (Jundiaí) | 41 escolas atendidas (Jundiaí, Mogi das Cruzes e Itu) | 193 escolas atendidas (Jundiaí, Mogi das Cruzes, Itu, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Recife e Maringá) | 18 empresas parceiras |
| 169 educadores capacitados     | 232 educadores capacitados                            | + de 400 educadores capacitados   | 183 voluntários       |
| 3.450 crianças beneficiadas    | 8.376 crianças beneficiadas                           | + de 10 mil crianças beneficiadas   | 1.900                 |

12. A autoadoção acontece quando um parceiro manifesta interesse e assume a responsabilidade de implementar o projeto por conta própria. A Sésamo fica responsável por compartilhar gratuitamente todos os materiais e sugere um modelo de implementação para que cada parceiro possa adaptá-lo ao contexto em que vai trabalhar.



Dados de pessoas impactadas pelo Vamos Brincar! no Brasil desde o seu início, em 2018 até 2021:

- ▶ 0 a 6 anos – 21.956 diretos e 688.405 indiretos
- ▶ Pais de família ou cuidadores primários – 43.912 diretos e 700.085 indiretos;
- ▶ Profissionais da educação capacitados – 926 diretos e 21.916 indiretos;
- ▶ Famílias beneficiadas – 10.978 diretos e 647.276 indiretos;
- ▶ Centro de cuidado infantil e pré-escolares – 193 diretos e 990 indiretos.

Em 2022 o projeto passou por uma reformulação, focando agora em atender empresas, de modo que estas se tornem referências nacionais em atuação na Primeira Infância, influenciando o ecossistema empresarial para a importância desta agenda.

## Principais resultados de 2022:

- ▶ 128 empresas cadastradas e sensibilizadas para o tema;
- ▶ Parcerias com a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp) (alcance de 130 mil indústrias de variados portes) e GPTW (alcance de 6 mil empresas de múltiplos setores, portes e localidades);
- ▶ 183 voluntários mobilizados em SP;
- ▶ 18 empresas parceiras;
- ▶ 11 cidades (São Paulo - SP; São Bernardo do Campo - SP; Louveira - SP; Campinas - SP; Caçapava - SP; Lavras - MG; Betim - MG; Navegantes - SC; Seropédica - RJ, Manaus - AM e Goiana - GO);
- ▶ 1.900 crianças impactadas.





*“O projeto Vamos Brincar! mostra por meio de atividades lúdicas o quanto é importante cuidar da nossa saúde, não só física, mas mental. As crianças adoram os personagens, o que facilita o vínculo afetivo e o desenvolvimento das propostas abordadas. As crianças ficam estimuladas e aprendem como podem cuidar da alimentação, do seu corpo e manter a higiene bucal, sem contar que externalizam suas vivências e acabam ensinando a outras pessoas de seu convívio. É um projeto que poderia ser desenvolvido durante todo o ano letivo.”*

**Professora Vivianne Duarte,  
Escola Municipal de Educação  
Infantil, Cônego Fernandes  
Pinheiro, Rio de Janeiro, (RJ)**

*“Uma mãe relatou que seu filho passou a comer feijão a partir do projeto ‘alimentação saudável’ desenvolvido na escola. O fato dele ter plantado e acompanhado o desenvolvimento das sementes de feijão, fez com que ele se interessasse em experimentar tal alimento. Lembrando que a criança não comia feijão porque a mãe não comia. Disse também que esse fato deixou uma lição para ela: é fundamental que as crianças experimentem os alimentos e tenham a oportunidade de escolherem se é bom ou não para o paladar delas.”*

**Professora Miramar,  
Espaço de Desenvolvimento  
Infantil Carlos Prates,  
Belo Horizonte (MG)**



## Ações de Combate à Covid-19

No início de 2021, com grande parte da população brasileira com pelo menos uma dose de imunizante contra a Covid-19, tínhamos altas expectativas quanto ao fim da crise global de saúde enfrentada. Entretanto, continuamos vivendo uma situação delicada e de incertezas.

Dessa forma, tendo em nosso DNA o cuidado com as pessoas, mantivemos os protocolos de segurança em constante atualização ao longo do ano e não poupamos esforços para apoiar a sociedade dentro da nossa expertise, viabilizando o transporte de materiais e bebidas por meio da nossa frota de caminhões, fazendo doações e muito mais.

### **Ações internas**

Seguindo o decreto de 2020, a equipe administrativa permaneceu em *home office* na maior parte do ano. A partir

da melhora dos índices em alguns momentos, flexibilizamos a regra e permitimos o retorno ao escritório pontualmente. As operações nas fábricas e na logística continuaram obedecendo os critérios de segurança e a avaliação do trabalho remoto foi realizada pela elegibilidade da posição, com homologação do gestor imediato.

Para colaboradores maiores de 60 anos, gestantes e/ou com comorbidades que faziam parte de grupos de risco preconizados pelo Ministério da Saúde e pela Organização Mundial da Saúde (OMS), caso não fosse possível trabalhar de forma remota, o afastamento era concedido sem prejuízo salarial. O retorno deste grupo ao ambiente de trabalho se deu a partir de relatórios médicos com liberação de atividades presenciais ou com o quadro vacinal completo.

O apoio oferecido por meio da telemedicina continuou sendo prestado e a Coca-Cola FEMSA Brasil utilizou diversos canais de comunicação internos, como e-mails, mensagens pelo WhatsApp, murais, folders, campanhas de conscientização, *lives* com profissionais da saúde, etc, para propagar os cuidados que deveriam ser tomados para evitar a contração do vírus e incentivar a vacinação.

Ao longo do ano, concedemos afastamento de 14 dias para colaboradores diagnosticados com Covid-19 e, posteriormente, com as atualizações dos protocolos do Ministério da Saúde, OMS e órgãos de cada região, o afastamento passou para dez dias e, finalmente, para sete dias contados a partir da testagem positiva.

Por último, a Central de Alerta, criada especificamente para atender aqueles que contraíram o vírus ou que apresentavam sintomas, passou por oito atualizações de protocolo de saúde no período. Ela coletava as informações de acordo com o estabelecido pelo Ministério da Saúde e a OMS e transferia a nova conduta a ser adotada para as equipes de saúde de cada território. As equipes, por sua vez, faziam a atualização dos protocolos de acordo com as orientações dos órgãos locais.

## Ações externas

Em uma era de *fake news*, com o intuito de seguir contribuindo com a promoção de informações verdadeiras, entregamos 130 mil cartazes de prevenção à Covid-19 do Ministério da Saúde para os estados de São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Mato Grosso do Sul e Paraná. A partir do eixo Nossa Comunidade e em parceria com o poder público, nosso foco principal foi dar apoio aos hospitais e às campanhas de vacinação.

Em 2021, doamos **52.112 mil litros** de água para hospitais nas cidades de São Paulo (SP), Porto Alegre (RS), Mogi das Cruzes (SP), Bauru (SP), Marília (SP), Jundiaí (SP), Florianópolis (SC), Itabirito (MG), Campo Grande (MS), Curitiba (PR), Maringá (PR) e Belo Horizonte (MG) e 15.969 litros de água em apoio às ações de vacinação nas cidades de Bauru, Jundiaí, Londrina, Campo Grande, Marília, Porto Alegre e Itabirito. Também emprestamos geladeiras para armazenamento das vacinas à Prefeitura de Porto Alegre, tendas para a Prefeitura de Jundiaí nas ações de vacinação móvel e entregamos 381 cestas básicas em Jundiaí, Belo Horizonte e Itabirito. Já em 2022, doamos mais de 110 mil litros de água para apoio de ações de prefeituras e órgãos de defesa civil nos casos de catástrofes ambientais com chuvas em Petrópolis (RJ), em SP e em MG.

Participamos, em 2021, da campanha “Por Todas as Mesas”, que teve como objetivo doar 2,5 milhões de refeições com bebidas para pessoas em situação de vulnerabilidade social, especialmente por conta da pandemia. Em parceria com as plataformas de *delivery* (iFood, Uber Eats, Rappi, Aiqfome e Wabi) e com a Ação da Cidadania, a Coca-Cola FEMSA Brasil doou R\$ 0,50 para cada pedido feito por meio dos aplicativos que incluísse algum produto do seu portfólio nas cidades de São Paulo, Santo André, Osasco, Mogi das Cruzes, Santos, Jundiaí, Marília, Bauru, Belo Horizonte, Itabirito, Betim, Campo Grande, Porto Alegre, Pelotas, Curitiba, Maringá, Florianópolis e Antônio Carlos. A distribuição das refeições foi realizada pelo Brasil Sem Fome, uma das campanhas mais antigas e reconhecidas da Ação da Cidadania. Além disso, a empresa também disponibilizou R\$1 milhão em vouchers de R\$ 5,00 para serem utilizados em pequenos comércios cadastrados na plataforma iFood. Esta campanha contabilizou 342.277 litros de bebidas e 880.964 produtos, beneficiando mais de 200 mil pessoas.

Atendendo às orientações dos órgãos de saúde, mantivemos os projetos Praça da Cidadania, Programa de Visitas, Ações de Limpeza de Rios e Praias, Acampamento de Jovens e a Powerade Running Team em pausa.

Ações emergenciais de combate à Covid-19 em parceria com o Instituto Coca-Cola

Desde o começo da pandemia, o Instituto Coca-Cola impactou 3,2 milhões de pessoas no território Coca-Cola FEMSA Brasil. Em 2021, atingimos 2,5 milhões de pessoas via ações de conscientização realizadas mediante ONGS parceiras do Coletivo Jovem. Foram 8 mil kits de alimentos doados, beneficiando 32 mil pessoas. Confira os detalhes da iniciativa nas próximas páginas.

### Instituto Coca-Cola Brasil



A missão do Instituto é promover empoderamento econômico através da geração de oportunidades para 5 milhões de jovens, prioritariamente negros e mulheres em situação de vulnerabilidade socioeconômica, até 2030. Para isso, ele conta com todas as empresas que trabalham para o Sistema Coca-Cola Brasil, inclusive a Coca-Cola FEMSA Brasil. Reconhecidos por sua tecnologia social e capacidade de escala, assumiu o compromisso público de, até 2030, promover o empoderamento econômico, através da geração de oportunidades no mundo do trabalho para 5 milhões de jovens, prioritariamente negros e mulheres em situação de vulnerabilidade socioeconômica no país. Até hoje, o ICCB já beneficiou 531 mil pessoas.

## Coletivo Jovem



A iniciativa tem como objetivo contribuir para a empregabilidade por meio de capacitação e desenvolvimento profissional, valorização da autoestima e conexão com novas oportunidades de geração de renda. O público-alvo são jovens entre 16 e 25 anos, moradores de comunidades urbanas de baixa renda, que cursam ou já concluíram o Ensino Médio. Desde o início de sua implementação, em 2009, o Coletivo Jovem já impactou mais de 350 mil jovens em

comunidades brasileiras espalhadas por todos os 26 estados do país e o Distrito Federal, chegando a 2.413 municípios. Do total de beneficiados, mais de 99 mil tiveram acesso ao mercado de trabalho.

Pode-se perceber que de 2020 para 2021 tivemos um aumento significativo no número de formados pelo projeto. Isso se deu por conta do formato *on-line*. Apesar das aulas também terem sido *on-line* em 2020, com a chegada repentina da pandemia, a equipe dedicada ao projeto focou em adaptar o projeto para o formato 100% remoto. Já em 2021, com os aprendizados do ano anterior, foi feito um esforço de comunicação maior, conseguindo abarcar um número mais amplo de alunos na edição.

### Resultados em território Coca-Cola FEMSA Brasil

|                     | 2020                       | 2021                       | 2022                       |
|---------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Formados            | 673                        | 12 mil                     | 17 mil                     |
| Estados             | 6                          | 8                          | 7                          |
| Municípios          | 83                         | 582                        | +600                       |
| Gênero              | 78% mulheres<br>22% homens | 70% mulheres<br>30% homens | 72% mulheres<br>28% homens |
| Negros <sup>9</sup> | 64%                        | 60%                        | 58%                        |

9. Denominação utilizada pelo IBGE para se referir a pessoas pretas e pardas.



## Kolabora



A estreia deste programa foi em 2018 e, desde então, 332 jovens e 234 voluntários já foram beneficiados. Com o objetivo de destacar talentos dentro da empresa, promover o voluntariado e investir na empregabilidade, o Kolabora convida colaboradores considerados talentos dentro da Coca-Cola FEMSA Brasil para mentorar jovens de baixa renda,

promovendo um exercício de liderança para o mentor e de conhecimento para o mentorado. Em 2021, 94 voluntários e 174 jovens participaram do projeto. Já em 2022, foram 44 voluntários e 44 jovens.





# **GOVERNANÇ CORPORATIVA**



## 4. GOVERNANÇA CORPORATIVA

A Governança Corporativa compõe o alicerce da nossa empresa com o objetivo de assegurar uma gestão responsável, proporcionando geração de valor a longo prazo e impulsionando nosso desempenho econômico e social. Ela também reforça nosso comprometimento com a responsabilidade do negócio e na construção de legitimidade com todos os grupos de interesse. Desta forma, elegemos três temas prioritários a serem endereçados pela nossa estrutura de governança:

A **Responsabilidade Corporativa**, a qual aborda as relações com os órgãos de governo, organiza os processos de avaliação internos, envia informações sobre governança para os acionistas, mantém relacionamento com os *stakeholders* e monitora a transparência sobre compensações.

O **Comportamento Ético e Socialmente Responsável**, que monitora o cumprimento das políticas de ética estabelecidas por nós, as quais são revisadas anualmente. Todos os colaboradores e fornecedores se comprometem a seguir com as orientações definidas no Código de Ética da empresa e sua observância é frequentemente avaliada junto ao público interno.

A **Responsabilidade Fiduciária**, responsável por monitorar a periodicidade, integridade e transparência dos resultados, analisando a atribuição sustentável de capital e protegendo as informações confidenciais, de modo a cuidar de todo o legado da empresa.



## Ética e integridade

O Código de Ética da Coca-Cola FEMSA Brasil é a base fundamental de todos os relacionamentos que estabelecemos tanto interna quanto externamente. Ele guia nossa conduta nos negócios e é o ponto de partida para a elaboração de toda e qualquer Política, Diretriz ou Procedimentos da empresa. Baseado nos preceitos das leis do país, nosso Código de Ética repudia qualquer ato de corrupção ou extorsão. Em 2021, o documento foi atualizado com os principais compromissos da Companhia:

**Nosso Planeta:** promovemos continuamente ações de proteção e conservação do meio ambiente, assim como investimos em tecnologia para mitigar os impactos relacionados à nossa operação (água, energia e gestão de resíduos). Em nossa comunidade, atuamos com ações e programas que contribuem para o seu desenvolvimento por meio da nossa gestão de negócios.

**Nossa Gente:** somos guiados pelos Direitos Humanos, proporcionamos Inclusão & Diversidade, não permitimos trabalho forçado, apoiamos a erradicação do trabalho infantil e atendemos a todos os preceitos de segurança e saúde no trabalho, garantindo a integridade física dos nossos colaboradores. Promovemos oportunidades de crescimento profissional, seja via promoções dentro da empresa ou capacitações.

**Governança Corporativa:** somos responsáveis pela segurança e confidencialidade de todas as informações que geramos (sejam financeiras, contábeis, de propriedade intelectual, dados pessoais etc.) e/ou recebemos (sejam próprias ou de terceiros). Temos uma cultura de legalidade rígida, atendendo aos cumprimentos regulatórios e leis aplicáveis contra atos de corrupção e prevenção à lavagem de dinheiro. Somos guiados por nossos valores e nos posicionamos seriamente a qualquer relato sobre práticas ilegais ou comportamentos inadequados. Oferecemos um canal de comunicação aberto, havendo inclusive um Comitê de Ética atento a qualquer caso que apareça para ser discutido. Protegemos e preservamos o ativo da empresa e divulgamos as informações exigidas pelos órgãos responsáveis, oferecendo transparência nas nossas operações.

**Relacionamentos:** trabalhamos para levar um produto de eficiência e qualidade para os nossos clientes. Contribuímos para o desempenho laboral, social e ambiental dos nossos fornecedores, de modo a manter uma relação profissional e responsável. Fazemos negócio de forma justa, com base em nossos princípios éticos e de acordo com as leis de concorrência aplicáveis. Temos uma relação de transparência e respeito com o governo e autoridades.

A última versão do Código de ética foi atualizada em 2022 com modificações apenas nos números de telefone dos canais de denúncia.



Conquistamos o Prêmio Advantage como Top Fornecedor do Canal Atacarejo 2022. A premiação foi realizada pela Associação Brasileira dos Atacadistas de Autosserviço (Abaas) e apresentou as melhores empresas do setor. Seguiremos com muito gás, atendendo todos os nossos clientes e consumidores.

## Direitos Humanos e do Trabalhistas

A partir do Código de Ética da companhia, que pode ser acessado por todos os nossos *stakeholders*, organizamos eventos para promover discussões e manter os colaboradores atualizados sobre temas como Direitos Humanos, Trabalhistas e como identificar e agir quando tiverem seus direitos desrespeitados.

Temos com um canal de denúncias, o DILO, o qual conta com uma equipe especializada e exclusiva dentro do departamento de Recursos Humanos para receber, analisar, solucionar e dar encaminhamento às questões que surgirem.

Em 2021, o RH viabilizou três palestras, duas sobre assédio e outra sobre diversidade, que fizeram parte da iniciativa Lean in Circles. A primeira, realizada em janeiro com uma hora e meia de duração, trouxe a definição jurídica do termo, quais são as formas mais comuns de assédio dentro do universo corporativo, como podemos identificá-lo e de que forma podemos agir para receber assistência e evitar que volte a acontecer.

A segunda palestra, realizada em julho e com uma hora de duração, trouxe duas profissionais para falar sobre ética e sua contextualização dentro do tema assédio. A conversa foi feita entre Vania Ferrari, palestrante, escritora e criadora do maior canal sobre carreira e liderança no YouTube, e Anna Nogueira, curadora e especialista em sustentabilidade cor-



porativa, criatividade, inovação e gestão do conhecimento. Em um bate-papo descontraído, as palestrantes realizaram exercícios e aplicaram dicas práticas de como criar relações profissionais transparentes, como lidar com a carreira e como identificar situações de assédio no ambiente de trabalho.

A terceira e última palestra do ano foi realizada em agosto, teve como tema “O papel crucial da diversidade no século XXI” e foi guiada por Beia Carvalho, futurista dedicada a falar de inovação e futuro dentro do setor empresarial. O evento teve como objetivo reforçar a importância de se ter um público interno diverso, com pessoas de todas as idades, etnias, gêneros, corpos, com pontos de vista e experiências de vida diferentes. Dessa forma, para além de estar agindo em prol da redução das desigualdades, a empresa também investirá em um ambiente mais acolhedor para ideias inovadoras, um time mais produtivo e, conseqüentemente, um melhor desempenho no mercado.

Já em 2022, em parceria com a COOPERFEMSA iniciamos uma linha de crédito para profissionais com deficiência comprarem equipamentos e soluções assistivas. Além disso, patrocinamos o evento do Aniversário da Lei de Cotas e o Afro Presença – maior evento de inclusão de jovens negros no Brasil, e participamos do 10º Fórum Inclusão da Diversidade ABRH-SP, com a palestra da Marinalva Cruz.

## Programa Global de Integridade e Conformidade (*Compliance*)

Seu objetivo principal é promover o fortalecimento da cultura de legalidade e ética na Companhia, o que engloba Procedimentos, Capacitação e constante conscientização dos colaboradores. Além de gerar um círculo virtuoso que envolve controle, comunicação, treinamento, cumprimento e constância das nossas operações, o Programa Global de Integridade e Conformidade (*Compliance*) protege dados pessoais, previne riscos de corrupção, suborno e lavagem de dinheiro, de modo a possibilitar uma operação de acordo com a legalidade e a ética.

Com o Programa sendo oficializado em 2020, nosso principal desafio em 2021 foi fazer com que as áreas da empresa absorvessem as práticas dentro de suas operações de forma orgânica, além de conscientizar a totalidade dos empregados sobre os principais pilares do Programa de *Compliance*.

Como parte desta segunda etapa, iniciou-se o Procedimento de KYC (*Know Your Client* – “Conheça o Seu Cliente”), através do qual buscou-se o conhecimento aprofundado de todos aqueles com os quais a companhia se relaciona. O início do processo foi caracterizado por uma adequação dos formulários e documentos necessários de preenchimento, bem como do fluxo a ser ob-



servado. Desde então, a empresa vem trabalhando fortemente na simplificação dos processos, inclusive por meio da automatização das análises, conferindo maior agilidade e segurança aos resultados alcançados. Assim, já pudemos ver grandes avanços alcançados pelo Programa, seja pelo fortalecimento da cultura de ética e *Compliance* da empresa ou por uma melhora expressiva de reputação e valor de mercado.

Em 2021, foram realizados Treinamentos nos principais temas de *Compliance*, ocorridos em dois momentos: no primeiro semestre, tinha-se por objetivo a capacitação da totalidade dos colaboradores, sendo disponibilizados nas

plataformas *on-line* (UFEMSA e Aula KOF) os materiais para estudo pelas posições de analista e lideranças. Em paralelo, para o público operacional foram montadas videoaulas específicas, inclusive com versão em Libras, sendo que em ambos foram tratados os temas de Anticorrupção, Lavagem de Dinheiro, Visitas de Autoridades e Dados Pessoais. Em média, conseguimos concluir o treinamento com 68,5% de analistas e líderes capacitados e 61% do pessoal da área operacional. No segundo semestre do mesmo ano, os cargos de liderança e administrativo receberam treinamentos *on-line* através dos portais UFEMSA e Aula KOF sobre Concorrência Econômica e Proteção ao Consumidor, com média de 86,6% do público capacitado.



**MENTALIDADE  
DE DONOS**





Os treinamentos em *Compliance* seguiram em 2022 com a realização de Treinamentos sobre Visitas de Autoridades e Cumprimento de Medidas Cautelares, bem como a Investigação dos Terceiros (KYC - Conheça o seu Cliente), além da publicação de Guias Rápidos dos Quatro principais Temas de *Compliance* (divulgação via comunicação e disponibilização no Portal MyKof (*Widget*). Além dos Treinamentos, durante os anos de 2021 e 2022 foram constantemente publicados Comunicados sobre os assuntos contemplados no Programa de *Compliance* da Companhia por meio de mensagens de e-mail, WhatsApp Corporativo, murais, vinhetas em TV corporativa, etc, com o objetivo de fomentar ainda mais a cultura e a consciência de todos sobre os temas.

Temas não abordados em 2022 (Competência econômica e proteção ao consumidor).

No final do ano de 2020, foi publicado o Manual de *Compliance* e, em 2021, divulgada sua versão atualizada contemplando os dois novos temas abordados no segundo semestre do mesmo ano: Concorrência Econômica e Proteção ao Consumidor. Em 2022, o documento não sofreu modificações e, no mesmo ano, foram publicados os materiais-resumo dos quatro Procedimentos em matéria de *Compliance*.

Para 2023, o objetivo é a realização de reforços nos conteúdos através de Comunicações internas. O objetivo é alcançarmos a totalidade dos trabalhadores devidamente conscientizados com os principais temas do Programa de *Compliance*, bem como trabalhar em pontos de melhoria para o sistema.

| TEMA                   | NÚMEROS      |                | TOTAL DE PESSOAS A SEREM CAPACITADAS | % DE PESSOAS CAPACITADAS |
|------------------------|--------------|----------------|--------------------------------------|--------------------------|
| COMPETÊNCIA ECONÔMICA  | Líderes      | 1.707          | 13.552                               | 86,77%                   |
|                        | Analistas    | 1.754          |                                      |                          |
|                        | Operacional  | 10.091         |                                      |                          |
|                        | <b>Total</b> | <b>13.552</b>  |                                      |                          |
| PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR | Líderes      | 1.707          | 13.552                               | 86,41%                   |
|                        | Analistas    | 1.754          |                                      |                          |
|                        | Operacional  | 110.091        |                                      |                          |
|                        | <b>Total</b> | <b>113.552</b> |                                      |                          |
| <b>TOTAL</b>           |              |                | <b>13.552</b>                        | <b>86,6%</b>             |

Temas não abordados em 2022 (Competência econômica e proteção ao consumidor)

## LGPD

A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) entrou formalmente em vigor em meados de 2020. O principal objetivo da lei é regulamentar o tratamento de dados pessoais por parte das empresas públicas ou privadas com o intuito de proteger os direitos de liberdade e de privacidade dos usuários, estabelecendo regras e limites para esse tratamento. O Programa Global de Integridade e Conformidade (*Compliance*) engloba também o pilar de Dados Pessoais e, dentro desse pilar, foi criado o Comitê de LGPD, o qual implementou diversos procedimentos para atendimento da LGPD e a companhia passou por um extenso processo de adequação em 2021. A Coca-Cola FEMSA Brasil contratou uma consultoria específica para fazer um *roadmap* de todos os procedimentos que envolvem captação de dados com o intuito de identificar lacunas e promover melhorias.

Em 2022 as ações realizadas em LGPD continuaram:

- | Realização de treinamentos, campanha de conscientização e atualização do Manual de LGPD;
- | Atualização das políticas de privacidade e cookies, interna e externa, e atualizados nos sites e plataformas digitais;
- | Publicação do Procedimento Operacional de Tratamento de Dados Pessoais e Regimento do Comitê LGPD;
- | Implementação da Ferramenta de Gestão de Dados Pessoais - One Trust, realizadas as customizações dos processos e fluxos internos, com a atualização dos processos de dados pessoais na Ferramenta;
- | Participação do Projeto de Dados Pessoais com o corporativo, para implementação de ajustes e melhorias, compartilhamento de experiências e testes, especialmente do ponto de vista tecnológico e utilização do Modelo KOF BR para demais países em que a KOF está presente.



## KYC – *Know Your Client* (Conheça seu Cliente)

O projeto-piloto *Know Your Client* refere-se ao novo Procedimento de Investigação de Terceiros, o qual iniciou-se em janeiro de 2021 e, em caráter oficial, em março do mesmo ano. Por meio deste Procedimento, todo e qualquer Terceiro (fornecedores, clientes, colaboradores e donatários) é avaliado de acordo com as diretrizes estabelecidas no Programa Global de Integridade e Conformidade (*Compliance*) antes da sua efetiva contratação.

Ao longo de 2021, foram analisados 13.178 terceiros, dos quais aproximadamente 10 mil foram enquadrados em farol verde (sem riscos à contratação) e cerca de 320 foram consolidados entre os faróis amarelo ou vermelho (ambos inspiradores de alerta e/ou desaconselhada a contratação). Os demais Terceiros foram classificados em farol azul, que corresponde a aprovados, mas que apresentaram documentação incompleta. O Procedimento atualizado, publicado em 2022, não prevê mais o farol azul, em virtude da automatização e obrigatoriedade do envio da documentação completa.

Em 2022, foram analisados 227.327 terceiros, dos quais aproximadamente 220.885 mil foram enquadrados em farol verde, 162 foram consolidados com o farol amarelo e 1 com o farol vermelho. Os demais casos foram processados e estão aguardando documentação complementar ou esclarecimentos adicio-

nais de cada área para fechamento e emissão do farol final.

### Princípios Orientadores para Fornecedores

Buscamos frequentemente inovação, tecnologia e motivação para causar o menor impacto negativo possível em nossas operações. Consideramos nossos fornecedores como aliados nestas práticas e, juntos, trabalhamos para promover uma mudança positiva na sociedade. Para que estejamos sempre alinhados, formalizamos um documento com os Princípios Orientadores para Fornecedores.

Este documento foi elaborado com base no Código de Ética e nas Políticas Corporativas internas. Nele, mencionamos todos os princípios da empresa, os quais devem ser adotados pelos fornecedores que queiram fazer parte do universo da Coca-Cola FEMSA Brasil. São eles:

- ▶ **Direitos Humanos** – respeito pela dignidade humana; não à discriminação; não ao trabalho forçado e ao trabalho infantil; liberdade de associação e liberdade sindical; relações trabalhistas; saúde e segurança no trabalho; desenvolvimento e bem-estar de capital humano; mecanismos de denúncia;
- ▶ **Meio Ambiente** – impactos e cumprimentos ambientais;
- ▶ **Compromisso com a comunidade** – desenvolvimento da comunidade;



- ▶ **Manejo e segurança da informação** – informação privilegiada e confidencial;
- ▶ **Propriedade intelectual** – dados pessoais e da empresa; segurança da informação;
- ▶ **Relacionamento com Terceiros** – concorrência; governo e autoridades;
- ▶ **Cultura e legalidade** – cumprimento regulatório e fiscal; anticorrupção; antilavagem de dinheiro; conflito de interesses; presentes, assistências e entretenimento; atualização de informação; medidas corretivas.

O “de acordo” do fornecedor é feito por meio de uma carta-compromisso assinada por seu representante legal, atestando que valida e se compromete com os princípios acima descritos. A Coca-Cola FEMSA Brasil periodicamente revisita o processo para verificar o cumprimento do compromisso assinado.

## **Manual de Boas Práticas de Distribuidores**

Disponibilizamos este Manual para todos os distribuidores autorizados que trabalham com nossos produtos. O objetivo do Manual é estabelecer um conjunto de orientações para que toda a operação (armazenagem, manuseio e transporte) seja bem-sucedida e dentro dos critérios de qualidade e segurança estabelecidos pela companhia.

O Manual discorre sobre os temas: características estruturais dos distribuidores autorizados, processos operacionais, processos de suporte, boas práticas, veículos, carregamento e descarregamento de produto, descarte de materiais logomarcados, atendimento legal, aprovações e histórico de revisões.



UMIca  
EXCELENCIA OPERATIVA  
TOMAR DE DONOS  
TOMAR DE BEBIDAS AGUA



**FUTURO**



## 5. ATUANDO HOJE PARA UM FUTURO MELHOR

Durante os dois últimos anos tivemos muitas conquistas e aprendizados e entramos em 2023 tendo mais do que nunca a sustentabilidade no coração da nossa empresa. Seguiremos priorizando as pessoas, tanto nossos colaboradores diretos e indiretos como todos aqueles que, de alguma forma, são impactados pela nossa operação. O tema Diversidade, Equidade e Inclusão é um dos que estão no centro do planejamento de negócios da empresa e a expectativa para 2023 é de ampliar o apoio a projetos de educação e empoderamento que proporcionem autonomia e capacitação, especialmente para as mulheres.

Sabemos que nossa colaboração para um futuro melhor passa necessariamente por um olhar atento e constante

em nossas operações, e temos consciência de que os custos da inação são muito maiores do que os da ação, motivo pelo qual continuaremos no próximo ano investindo em energias renováveis e projetos que contribuam para o desenvolvimento sustentável.

Nossa estrutura estratégica de sustentabilidade está baseada na lógica de maximizar o impacto positivo de nosso negócio em sincronia com nossos objetivos ambientais. Traçamos metas ousadas para redução de consumo de água e energia, geração e destinação apropriada de resíduos e redução de emissão de Gases de Efeito Estufa (GEE). Continuaremos investindo em inovação, pesquisa e projetos de neutralidade hídrica, com perspectiva de atuarmos na conservação e manutenção das bacias hidrográficas onde estamos inseridos.



Seguimos atentos às necessidades do nosso território, trabalhando de forma dedicada para “nos tornarmos o ecossistema comercial preferido e mais sustentável do mundo”. Possuímos um objetivo claro: nos tornar uma referência na indústria de bebidas, reduzindo nossas emissões de gases de efeito estufa e trabalhando com nossas partes interessadas para que elas também reduzam suas emissões. Temos um caminho estratégico, claro e baseado na ciência que contribuirá para a transição para uma economia de baixo carbono.

Em 2023, inauguraremos mais uma unidade da sustentaPET, contribuindo para atingirmos a meta desafiadora de coleta de pet que temos. Continuaremos investindo em eficiência energética. Vamos aumentar as áreas de preservação natural nas localidades em que atuamos, visando, principalmente, potencializar a nossa eficiência em gestão hídrica. Além disso, no aspecto social, entre outras iniciativas, expandiremos o Empreenda Como Uma Mulher, fomentando ainda mais o empreendedorismo feminino.

Estamos conscientes dos principais fatores que geram um impacto negativo sobre o meio ambiente e, portanto, seguiremos unindo esforços para ter ações firmes e objetivos claros, sempre voltados para o bem-estar de nosso planeta, nossa comunidade e nossa gente. Vamos juntos construir hoje um futuro melhor?



Elaborado por  
Lamparina Comunicação e Sustentabilidade