



Iniciativas ESG

Relatório de Sustentabilidade

2020





## Sumário

DNA Coca-Cola FEMSA Brasil

2020 - Os aprendizados e impactos da Covid-19

Nossa Gente

Nossa Comunidade

Nosso Planeta

Instituto Coca-Cola Brasil

Fundação FEMSA

Conclusão



## EDITORIAL

Caro(a) leitor(a),

Compartilhamos o terceiro Relatório de Sustentabilidade da Coca-Cola FEMSA Brasil e, com ele, abrangemos as conquistas e desafios de 2020 – e, como um ano atípico, todas as adaptações necessárias para o enfrentamento da pandemia. Neste documento, que funciona também como uma peça de transparência, apresentamos as diretrizes de gestão e sustentabilidade que guiam o negócio e relatamos as ações e iniciativas realizadas ao longo do período, bem como seus resultados e impactos.

O ano que passou foi difícil, e, desde o início, a nossa prioridade foram os colaboradores – primeiro, as pessoas. Atentos aos sinais da chegada do vírus ao Brasil, fomos uma das primeiras empresas a decretar home office para todo o público do administrativo e a divulgar um protocolo oficial de prevenção para os colaboradores das operações, que continua sempre em atualização conforme novos direcionamentos da Organização Mundial da Saúde (OMS) e outros órgãos. Com essa mentalidade, não economizamos recursos para tornar o ambiente de trabalho mais seguro, cuidar do bem-estar físico, intelectual e emocional da Nossa Gente, apoiar suas famílias e fazer um acompanhamento médico próximo com cada colaborador que apresentasse sintomas e/ou testasse positivo.

Além disso, a Coca-Cola FEMSA Brasil encarou como sua responsabilidade apoiar as regiões em que está presente, dada a situação delicada que enfrentamos como sociedade. Fechamos parcerias; doamos água Crystal, álcool em gel, máscaras e cestas básicas; transportamos insumos e doações de outras empresas; divulgamos informações – isso tudo porque entendemos que, unindo forças, temos um alcance e um potencial muito maiores de apoio, com cada um em sua área de atuação, agindo pela saúde da população.

Quando falamos sobre desempenho da empresa, tivemos muitos aprendizados. Por exemplo: nossas lideranças desenvolveram habilidades de gestão a distância; ampliamos a automatização e digitalização de processos; ganhamos em eficiência e produtividade; e muito mais. Tivemos alguns destaques no ano que valem ser citados, como a oficialização da área de Compliance, reafirmando nosso comprometimento com as políticas da empresa, ética e legislação; o início do projeto de neutralidade hídrica nas fábricas de água de Mogi das Cruzes e Bauru, que reforça nosso compromisso com a gestão do recurso em nossas operações; e o sucesso do funcionamento da sustentaPET, que, mesmo com todas as dificuldades, ultrapassou a meta e prevê a abertura de mais três unidades em 2021.

Em perspectiva, no fim do ano ficamos satisfeitos por conseguir gerir a crise com integralidade, gerando valor econômico e social, sempre na mesma velocidade. Temos consciência de que há um caminho contínuo a ser percorrido para alcançar excelência na gestão da sustentabilidade, e seguimos em processos de melhoria contínua em um mercado que está em constante transformação, com tecnologias cada vez mais avançadas.

Convidamos todos a conhecer um pouco mais sobre a trajetória da Coca-Cola FEMSA Brasil em 2020 e acompanhar nossos resultados e iniciativas com mais detalhes.

Boa leitura!

Camila Amaral

DIRETORA JURÍDICA E DE ASSUNTOS CORPORATIVOS



## DNA COCA-COLA FEMSA BRASIL

Como uma peça informativa e de transparência, apresentamos o terceiro Relatório de Sustentabilidade da Coca-Cola FEMSA Brasil. Presente no país desde 2003, somos a maior engarrafadora do Brasil em volume de vendas, produzindo e distribuindo bebidas das marcas registradas da *The Coca-Cola Company*. Com um amplo portfólio de **131 marcas**, estamos em **48% do território nacional**, operando **10 fábricas, 41 centros de distribuição, 23 Cross Dockings e 21 Cross Trucks**. Temos operações nos estados de São Paulo, Paraná, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Rio Grande do Sul e Santa Catarina, além de abastecermos o Rio de Janeiro e parte de Goiás.

O presente relatório traz um compilado das nossas ações e projetos, que são guiados pela estratégia de sustentabilidade e pela matriz de materialidade da companhia. Além de uma peça de transparência, este relato também apresenta detalhes da nossa gestão, demonstrando o comprometimento da empresa com a geração de valor econômico, social e ambiental para todos os stakeholders que compõem o ecossistema de negócio, bem como o alinhamento com a nossa Missão e Visão.

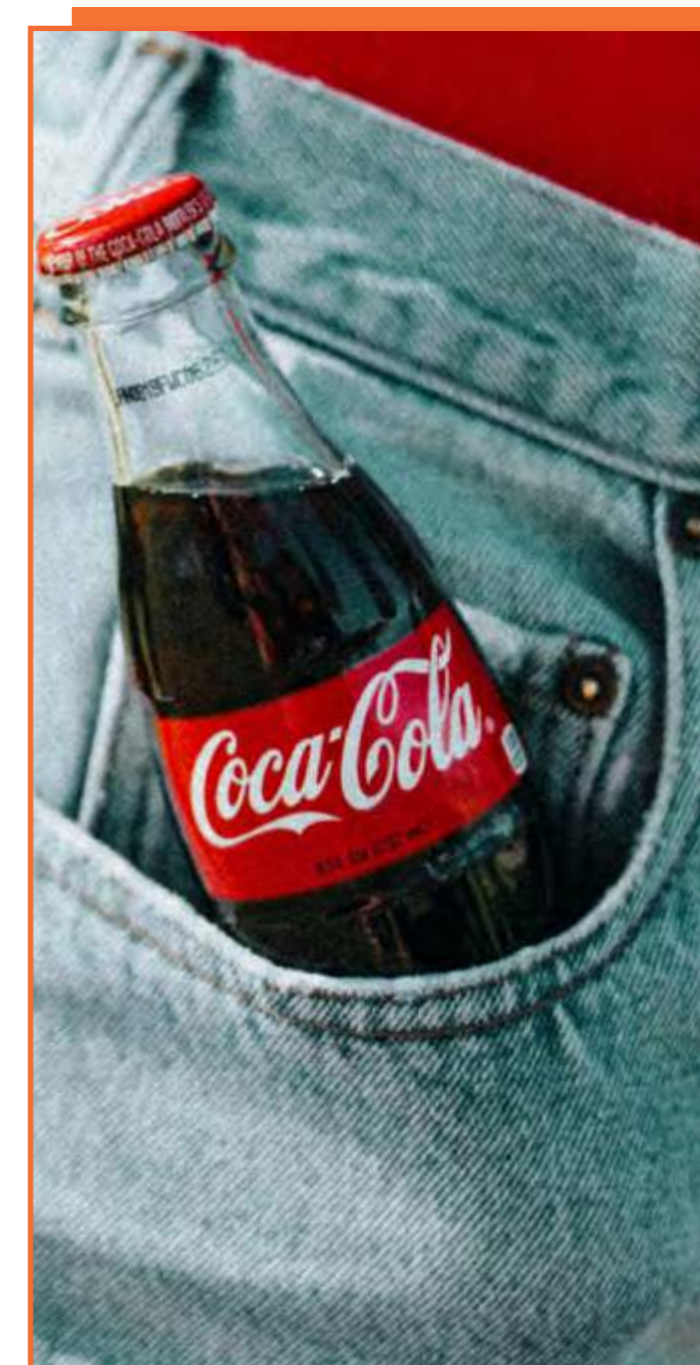
### MISSÃO

Satisfazer e agradar com excelência o consumidor de bebidas.

### VISÃO

Ser a melhor empresa global no comércio das principais marcas de bebidas. Gerar valor econômico e social de forma sustentável, por meio da gestão de modelos de negócio inovadores e eficientes, com os melhores colaboradores do mundo.

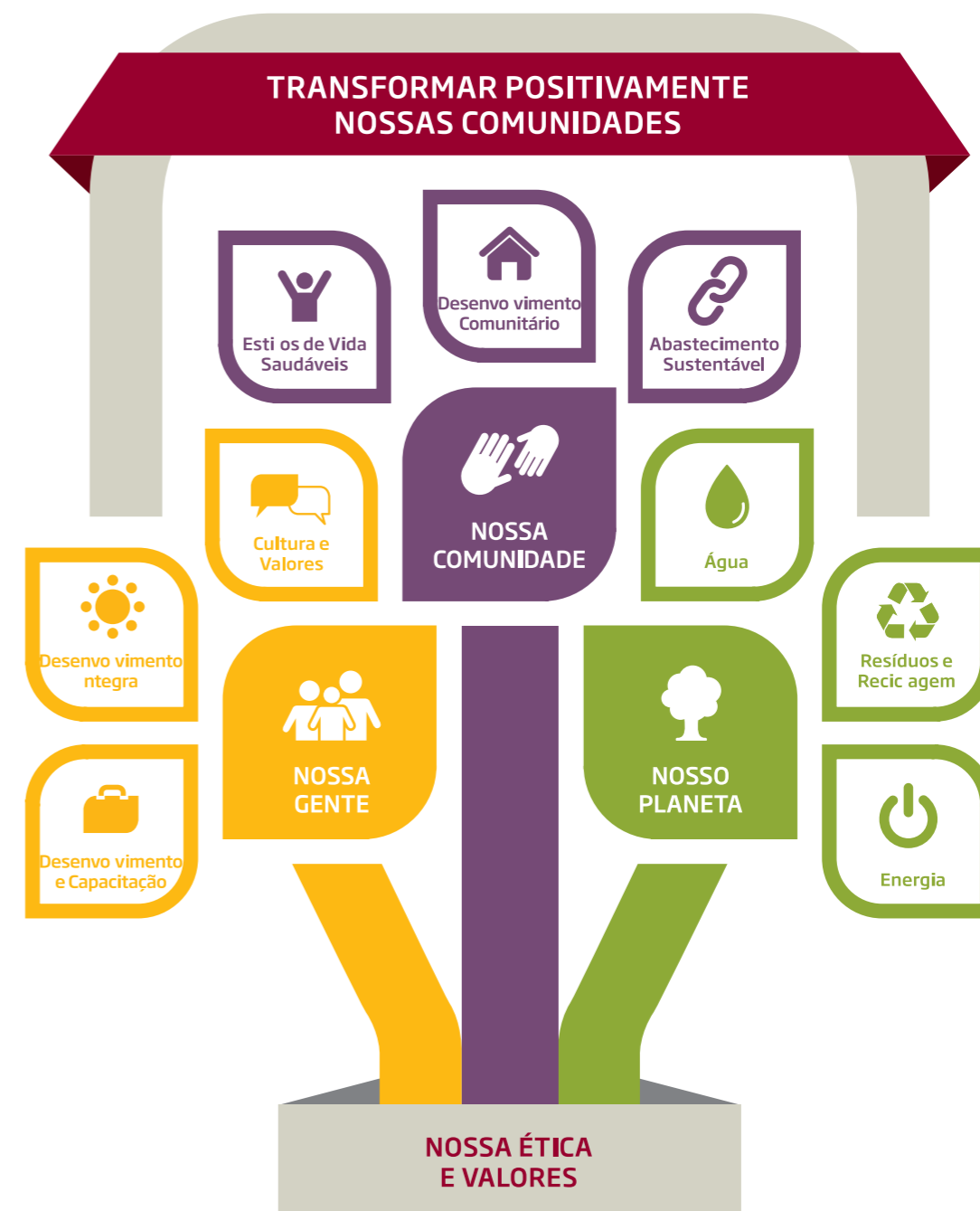
VAMOS REFRESCAR  
O MUNDO



A busca contínua por melhorias e inovação no processo produtivo faz parte do nosso dia a dia. Pensar em soluções que sejam mais eficientes, utilizem menos recursos, reduzam os custos e entreguem excelência é o nosso foco. Não poderia ser diferente quando falamos da estratégia de sustentabilidade da Coca-Cola FEMSA Brasil, construída a partir dos temas materiais mapeados em nossa matriz de materialidade.



Uma vez identificados os principais temas materiais – aqueles de maior relevância para os públicos de interesse e para a companhia –, iniciamos o desenvolvimento da estratégia de sustentabilidade, que será atualizada em 2021. Até 2020, seguimos com três eixos norteadores: Nossa Gente, Nossa Comunidade e Nosso Planeta. Cada um se desdobra em diferentes temáticas que contribuem para nossa Visão de Sustentabilidade: “Transformar positivamente nossas comunidades”.





Nossa estratégia está alinhada com a Agenda 2030, da Organização das Nações Unidas (ONU), que apresenta 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) para incentivar setor privado, governos e sociedade civil a adotarem práticas mais corretas e sustentáveis. Para garantir resultados mais efetivos, selecionamos nove ODS a serem contemplados por nossas iniciativas. O recorte teve como referência os impactos positivos e negativos causados pelo negócio; portanto, os ODS são aqueles com os quais conseguimos contribuir para o cumprimento das metas estabelecidas e/ou com ações de mitigação.



## CADEIA DE VALOR

A Coca-Cola FEMSA Brasil, sendo a maior engarrafadora do país em volume de vendas, tem grande responsabilidade de acompanhar sua cadeia de valor e pensar soluções que possam, cada vez mais, fechar os ciclos produtivos, apostando na Economia Circular. Uma das metas da companhia para 2021 é realizar um mapeamento detalhado sobre essa cadeia e atuar nas oportunidades encontradas em seus elos, alinhando-as com os ODS, para melhorar o desempenho da gestão de sustentabilidade da companhia. Atualmente, nosso modelo operacional funciona da seguinte forma:



# LINHA DO TEMPO



**2003**  
Coca-Cola FEMSA chega ao Brasil.

**2005**  
Aquisição da marca Mais.

**2008**  
Aquisição da Remil e Del Valle.

**2010**  
JV com a Leão Alimentos.

**2013**  
Compra das Franquias Fluminense e Spaipa.



**2014**  
Construção do complexo industrial de Itabirito em Minas Gerais.  
Aquisição da Marca Verde Campo.

**2016**  
Aquisição da Vonpar (alcançando 49% do volume de vendas no território Brasileiro).

**2017**  
Aquisição da marca AdeS.

**2018**  
Lançamento da Smart Water.

**2019**  
Inauguração da sustentaPET em Osasco-SP.

**2020**  
Ações em combate à pandemia da Covid-19.



Hoje, portanto, nossa realidade se traduz nos seguintes números:

**BRASIL**

Cerca de **20 mil** colaboradores diretos

**5,9 bilhões** de litros de bebida vendidos

**88 milhões** de consumidores atendidos em 8 estados\*

**285.668** pontos de venda atendidos

**10 fábricas** no Brasil

**+ de 420 mil** geladeiras no mercado

**41 Centros de Distribuição** próprios

**98,7%** dos resíduos industriais enviados para reciclagem

\*São Paulo, Paraná, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, e parte dos estados de Rio de Janeiro e Goiás.

## Destaques de 2020 de sustentabilidade:

**Inovação**

Lançamento da garrafa de Água Mineral Crystal feita **100% com resina plástica reciclada**, a primeira do Brasil.

**Economia Circular**

Mais de **R\$ 6,7 milhões** investidos nas linhas retornáveis.

**Logística Reversa**

**12 mil toneladas** de garrafas PET coletadas pelo sustentaPET.

**Investimento**

**R\$5.424.313,11** investidos em programas de sustentabilidade em 2020.

## Reconhecimentos

Ao longo dos anos conquistamos selos que nos dão reconhecimento internacional quando se trata de sustentabilidade:



Indicador de performance financeira de empresas líderes em sustentabilidade a nível global.



Série de índices éticos da bolsa de valores de Londres.



Mensura a resiliência da companhia a riscos ESG (Environmental, Social and Corporate Governance) de longo prazo e financeiramente relevantes.



Índice de igualdade de gênero.



Índice de sustentabilidade da bolsa de valores mexicana



Iniciativa de metas baseadas na ciência.



Avaliação anual corporativa de sustentabilidade

## A Nova Estratégia Global

Em 2021, a matriz da Coca-Cola FEMSA traçou uma nova estratégia de negócio para a empresa. Com a certeza de que, para criar valor econômico, também é preciso simultaneamente gerar valor social, a nova diretriz traz a sustentabilidade e a digitalização como temas transversais. Resumidamente, podemos dizer que o foco das novas diretrizes está em quatro pontos-chave:

### 1 Uma Visão

Devemos manter o foco obsessivo nos consumidores.  
Precisamos maximizar o valor para os nossos clientes.

### 2 Uma Plataforma

Devemos implantar ferramentas digitais para transformar a organização.  
Devemos assegurar que temos uma licença social para operar.

### 3 Um Futuro

Precisamos evoluir a forma como trabalhamos.  
Temos que lutar para aumentar a eficiência e a produtividade.  
Devemos continuar desenvolvendo e implantando capacidades únicas e de vanguarda.

### 4 Nosso DNA

Nosso DNA é a base de tudo que fazemos.  
Isso inclui crenças e comportamentos fundamentais que guiam nossas ações.

A matriz de materialidade também passou por um processo de revisão, em que foram definidos 45 tópicos materiais e selecionados 10 corredores estratégicos que definirão o planejamento das ações relacionadas à cadeia de valor, de maneira a garantir a sustentabilidade do negócio, dos nossos parceiros comerciais e das comunidades onde atuamos. São eles:



**Economia Circular**



**Gestão de Água**



**Governança Corporativa**



**Apoio a Pequenos Negócios**



**Portfolio de Produtos**



**Trabalho Justo**



**Propaganda e Marketing**



**Mudanças Climáticas**



**Aprimoramento de Elementos Culturais**



**Relacionamento Governamental**

Dando continuidade à estratégia definida anteriormente, optamos por manter os três eixos – Nossa Gente, Nossa Comunidade e Nosso Planeta – e adicionamos Governança Corporativa, trazendo ainda mais luz para uma temática das mais relevantes dentro do guarda-chuva da sustentabilidade.

Com esse novo enfoque proposto, alinhado com as expectativas da sociedade, o compromisso com os públicos de interesse e o respeito pelos aspectos ambientais do planeta, buscamos a geração de valor tanto econômico quanto social.



# 2020

## Os aprendizados e impactos da Covid-19

O ano de 2020 foi difícil, mas, ao mesmo tempo, trouxe muitas oportunidades de desenvolvimento. Assim como qualquer empresa, da noite para o dia tivemos que nos adaptar e apoiar os colaboradores na transição para o trabalho virtual. Uma transformação digital já era prevista para a empresa, mas, com a pandemia, esse processo teve que ser acelerado e otimizado.

Ainda assim, mesmo com a distância, percebemos que a adesão dos colaboradores aos treinamentos e capacitações online foi enorme, acima do esperado. Sendo assim, com alto engajamento, nossos colaboradores do administrativo – que passaram a trabalhar em casa – se mantiveram produtivos e motivados, até mesmo no que diz respeito à aproximação e à conexão com seus pares, líderes e equipes.

*“É claro que a situação é gravíssima, mas, por outro lado, com o home office e o contato forçado com todo mundo, senti que isso fortaleceu muito a relação dos times e equipes, estimulando a criação de vínculos. A confiança estabelecida entre nós e nossos pares se intensificou”* – **Wanessa Scabora**, Gerente de Comunicação Externa e Sustentabilidade da Coca-Cola FEMSA Brasil.

Quanto aos cuidados com o colaborador, temos a máxima: primeiro as pessoas. Por isso, desde os primeiros indícios da pandemia no mundo, nossa área de Recursos Humanos agiu de forma rápida e, antes mesmo que ela chegasse ao Brasil, já havia criado um protocolo de segurança preliminar para estarmos preparados quando fosse o momento de agir. Por isso, fomos uma das primeiras empresas a decretar o trabalho remoto por tempo indeterminado, afastar pessoas dos grupos de risco e distribuir protocolos de higiene e segurança para preservar a saúde dos colaboradores das fábricas.





## Ações Internas de Combate à Covid-19

É importante dizer que, para a Coca-Cola FEMSA, as pessoas são nosso bem mais precioso, sendo prioridade absoluta. Com a chegada da pandemia, não economizamos recursos para apoiar Nossa Gente e a sociedade, sem deixar o negócio de lado.

Aos primeiros sinais de contágio no Brasil, ainda em fevereiro, a equipe de Saúde e Segurança Ocupacional enviou um informativo para todos os líderes da companhia, instruindo-os a orientar suas equipes com medidas preventivas. Em seguida, no dia 11 de março, enviamos o primeiro protocolo oficial (atualizado constantemente), seguindo as orientações da OMS. Assim, estávamos sempre à frente das definições do governo, com colaboradores afastados antes mesmo da regulamentação do isolamento social, e tendo entregado kits de prevenção com máscaras, álcool em gel, sabonete líquido e papel toalha para todos os colaboradores.

Até maio de 2020, a equipe de saúde havia criado um e-book compilando os documentos relacionados ao combate à Covid-19, entre eles:

**Protocolo de  
Limpeza e  
Desinfecção  
Geral**

**Plano de  
Emergência**

**Paralisação  
e Reinício de  
Atividades  
Industriais**

**Desinfecção  
de Áreas com  
Pulverização  
(Operações e  
plantas)**

Nossos profissionais de Saúde Ocupacional trabalharam incessantemente para manter os colaboradores informados e fazer com que se sentissem seguros e apoiados por meio de diversos treinamentos, *lives*, palestras, envio de comunicados, protocolos etc. Além disso, foi criado um fluxo para fazer o acompanhamento daqueles que apresentavam sintomas ou exames positivos para Covid-19.

Com uma Central de Alerta e apoio da telemedicina, os colaboradores podem entrar em contato com a equipe médica para uma consulta online, enviando seus exames por WhatsApp ou e-mail. Os médicos fazem um acompanhamento diário telefonando para aqueles que testam positivo para orientá-los sobre quais medidas devem tomar e verificar se a pessoa está bem, dentro do possível. Nos casos de internação hospitalar, mantemos contato com as famílias dos colaboradores e, com um time de assistência social, também oferecemos apoio emocional. Quando o enfermo retorna do hospital, enviamos uma cesta de boas-vindas em nome da empresa para recebê-lo com carinho e seguimos o acompanhamento até que a pessoa esteja 100% recuperada.



Vale dizer que, ao longo do processo de estruturação para atender ao público interno, tudo que foi solicitado com embasamento da equipe médica foi aprovado pela diretoria, que não poupou energia ou recursos financeiros para possibilitar que uma estrutura de enfrentamento fosse criada.

“A Coca-Cola FEMSA tem em seu DNA o cuidado com as pessoas. Por isso, todas as medidas adotadas buscam saúde e bem-estar. Sem medir esforços, [a empresa] realizou todos os estudos de sua população em conjunto com a área de saúde para estratificar quais pessoas estariam em maior risco, especialmente aquelas que possuem algum problema de saúde ou alguma condição de vulnerabilidade. Medidas como home office, afastamento remunerado, oferta de kits de limpeza, máscaras, mudanças de layout para evitar aglomerações e cartilhas informativas foram algumas das decisões para proteger os colaboradores e suas famílias. Isso trouxe maior segurança e confiança de nossos colaboradores, o que permitiu, e ainda permite, que tenhamos, dentro das restrições adotadas, o máximo de segurança possível!”

– Luis Gustavo Silva, Médico Ocupacional e Gerente de Saúde da Coca-Cola FEMSA Brasil.

Por sermos uma empresa cujo serviços é essencial (setor de alimentos e bebidas) apenas 5% do total de colaboradores da Coca-Cola FEMSA Brasil compunha o quadro dos que tinham a possibilidade de trabalhar remotamente. Por isso, para garantir o cuidado e diminuir o risco de contágio nas unidades que continuaram em funcionamento, realizamos diversas adaptações para tornar o ambiente mais seguro. Adquirimos termômetros infravermelhos para medir a temperatura de toda e qualquer pessoa que entrasse ou saísse das plantas; disponibilizamos álcool em gel nos ambientes; adesivamos os pisos das áreas externas para guiar o distanciamento; instalamos placas de acrílico nas mesas de trabalho e dos refeitórios; compramos e distribuímos mais de 800 oxímetros e três mil testes rápidos para as unidades; e lançamos protocolos de limpeza das áreas comuns e mesas com maior frequência, entre outras medidas.



## Ações Externas de Combate à Covid-19

Assim como enxergamos como nossa responsabilidade os cuidados com a saúde dos colaboradores, também entendemos que é nosso papel apoiar as comunidades dos locais em que estamos presentes e a sociedade em geral. Em um momento como este, acreditamos que a única forma de reduzir os impactos negativos da pandemia é por meio de parcerias. Unir forças, cada um em sua área de atuação, entre o setor público e privado, para agir em prol da sociedade e da vida.

A Coca-Cola FEMSA Brasil, com seu amplo sistema logístico, firmou uma parceria com a União da Indústria de Cana-de-Açúcar - UNICA para o transporte de 500 mil litros de álcool 70° direto das usinas para o Sistema Público de Saúde do estado de São Paulo, que fazia a distribuição para os municípios. Além disso, também trabalhamos com as Lojas Renner para fazer a entrega de máscaras e aventais produzidos para doação e transportamos cilindros de oxigênio e cestas básicas.

Junto com Laboratório Fleury, Coca-Cola Company e Bradesco Seguros e com o apoio do Instituto Butantan, viabilizamos a compra de 26 mil testes RT-PCR, na época em que eles estavam em falta, para atender aos profissionais de saúde que estavam na linha de frente do combate ao coronavírus. Além disso, a Coca-Cola Company também liderou uma campanha de doação de água junto com a Coca-Cola FEMSA Brasil e os demais engarrafadores do sistema. Individualmente, doamos 24 mil litros de Água Crystal 500 mL para 20 hospitais-referência no tratamento da Covid-19. Além disso, atendemos a todos os municípios do território FEMSA que nos solicitaram doações de água.



Em uma era de *fake news*, também desenvolvemos iniciativas de comunicação para apoiar a população com informações assertivas de cuidado, sempre com a validação do Ministério da Saúde. Produzimos 600 banners com direcionamentos sobre hábitos preventivos e de higiene e os acoplamos à traseira dos nossos caminhões que circulam pelos principais centros urbanos das cidades que atendemos. Mudamos os rótulos das garrafas de Coca-Cola de dois litros para a inserção de instruções de combate à doença. Também distribuímos 300 mil cartazes do SUS (Sistema Único de Saúde) com informações sobre a Covid-19 nos pontos de venda de nossos clientes.

Optamos por suspender temporariamente a realização de projetos que geram aglomerações, de acordo com as recomendações da OMS. A Praça da Cidadania, um dos nossos projetos mais antigos que ocorre anualmente em vários municípios do nosso território foi suspensa, uma vez que reunia cerca de duas a quatro mil pessoas por evento. O Programa de Visitas também não está acontecendo, pois limitamos a circulação de pessoas em nossas fábricas para minimizar os riscos à saúde de todos os envolvidos. Também tivemos que cancelar as ações de limpeza de rios e praias, o projeto Acampamento de Jovens e a *Powerade Running Team*.





# Nossa Gente

Somos feitos de pessoas, e elas são o que temos de mais valioso. Por isso, estamos sempre investindo, por meio de capacitações e treinamentos, no desenvolvimento pessoal e profissional dos colaboradores. Ao mesmo tempo, nos preocupamos em reavaliar e atualizar nossas políticas corporativas, para garantir que a Nossa Gente tenha valores alinhados com os que defendemos e aja de maneira inclusiva e respeitosa com os demais no ambiente de trabalho e fora dele.

**Isso se reflete na conquista, pela segunda vez consecutiva, do 3º lugar no Prêmio Valor Carreira (categoria acima de 17 mil colaboradores), que premia as empresas com melhores práticas e políticas de gestão de pessoas.**

Por conta da pandemia, realizamos diversas pesquisas de clima, periodicamente, para entender a situação emocional e física de nossos colaboradores, além de suas opiniões e aceitação/satisfação quanto aos protocolos de segurança criados. Posteriormente esse tipo de pesquisa gera um plano de ação para solucionar os problemas identificados, buscando a melhoria contínua. Na última, alcançamos uma taxa de **92% de favorabilidade<sup>1</sup>**, e o destaque foi a avaliação positiva da atuação das lideranças com suas equipes.

Nossa trajetória é marcada por estar sempre ao lado da Nossa Gente, em todos os momentos. Estamos sempre trabalhando para ter um ambiente cada vez mais diverso, acolhedor e com maior representatividade, para que os jovens talentos se desenvolvam dentro dessa cultura e todo o público interno se sinta ouvido, valorizado e feliz.



Foto tirada antes da pandemia



<sup>1</sup> Favorabilidade: nível de satisfação dos funcionários quanto a atuação da empresa durante a pandemia.



## Diversidade & Inclusão

Em 2019, redefinimos a estratégia de atuação em Diversidade e Inclusão, com o objetivo de aprofundar as ações realizadas e envolver todos os níveis de colaboradores em três eixos: sensibilização, contratação e retenção de talentos e *employee experience*. O mote da campanha é “Espalhe Respeito”, que serve de guia para todas as iniciativas realizadas e futuras.

Ao longo de 2020, apesar dos desafios que se impuseram com a chegada da pandemia, conseguimos realizar, mesmo que de modo adaptado, quase todas as ações previstas para o ano. Foi possível avançar bastante na discussão das temáticas mapeadas como pilares do programa por meio de treinamentos, *webinars* e rodas de conversa, conforme detalhado abaixo.

### Pilares do Programa de D&I:



**Pessoas com Deficiência**



**Equidade de gênero**



**Etnia**



**LGBTQIA+**



**Gerações**



**Multiculturalidade**



### Atividades desenvolvidas:

#### Ações de Comunicação

Realização de campanhas de sensibilização para D&I, atreladas a datas específicas dentro do calendário anual. Em 2020, trouxemos a afirmação “Rótulos foram feitos para produtos e não para pessoas!” para dentro do programa. Alguns exemplos das datas trabalhadas foram: Semana da Mulher, Dia do Orgulho LGBT, Dia da Consciência Negra, entre outras.

#### Programa Plural

Lançado em 2020, seu objetivo é atrair pessoas com deficiência para trabalhar na área administrativa. Funcionando neste primeiro ano como um projeto piloto, foram abertas 6 vagas, já preenchidas, com contratos de meio período. Seus objetivos são: conscientizar e trabalhar a empatia nos times, diminuir a resistência e quebrar preconceitos e aproximar o público interno dos escritórios das pessoas com deficiência.

#### Webinars, palestras e cursos

Como uma maneira de fomentar o aprendizado e discussão sobre diversidade e inclusão na empresa, convidamos especialistas para enriquecer ainda mais o conteúdo trabalhado sobre as temáticas. Recebemos:



**Djamila Ribeiro** - Filósofa, feminista negra, escritora e pesquisadora acadêmica, para falar sobre Racismo Estrutural.



**Andrea Schwarz** - CEO na Igual Inclusão e Diversidade, para falar sobre contratação de pessoas com deficiência, inclusão e acessibilidade no ambiente corporativo.



**Curso de LIBRAS** - Foram três turmas de curso básico com aproximadamente 60 alunos, em 2020 (estão previstas 5 novas turmas para 2021).

#### RH Inclusivo

Visando alcançar maior pluralidade de funcionários dentro das unidades, realizamos um treinamento com todas as equipes de recursos humanos da companhia. Seu objetivo é prepará-los para que os processos de seleção de novos colaboradores sejam cada vez mais inclusivos, desde o anúncio das vagas com gênero neutro, passando pela análise de currículo e até novas estratégias para a condução das entrevistas.

#### Lean in Circles

Lançado em 2019, a iniciativa tem como foco o fortalecimento e desenvolvimento profissional e pessoal das colaboradoras da companhia. As atividades são realizadas por meio de encontros virtuais exclusivos para mulheres, possibilitando a troca de experiências e discussões sobre temas que as impactam no dia a dia do mundo corporativo e privado. Em 2020, foram realizados seis encontros bimestrais, dos quais cinco apenas para mulheres, com os seguintes assuntos:

- Síndrome da Impostora
- Maternidade Real
- Violência Doméstica
- Carga Mental
- Autocuidado
- Assédios<sup>2</sup>

Outro programa focado no desenvolvimento feminino e em como tornar o ambiente de trabalho em um local mais acolhedor e seguro para elas foi o *WeTalks*. Ele consiste em rodas de conversa entre mulheres de diversos cargos e o diretor de Recursos Humanos para troca de experiências, desafios enfrentados, vivências e sugestões. Ao longo do ano, foram realizadas 5 turmas contando com a participação de 36 colaboradoras.

#### Programa de Mentoria para Mulheres -

“É tempo de deixar uma marca”: uma iniciativa global da sede, no México, cujo objetivo é gerar um espaço de reflexão voltado para o fortalecimento e desenvolvimento da carreira de mulheres de alto potencial dentro da companhia. No Brasil, treze mulheres foram selecionadas para participar da primeira edição, que contou com 4 sessões de coaching individual e 4 *webinars*.

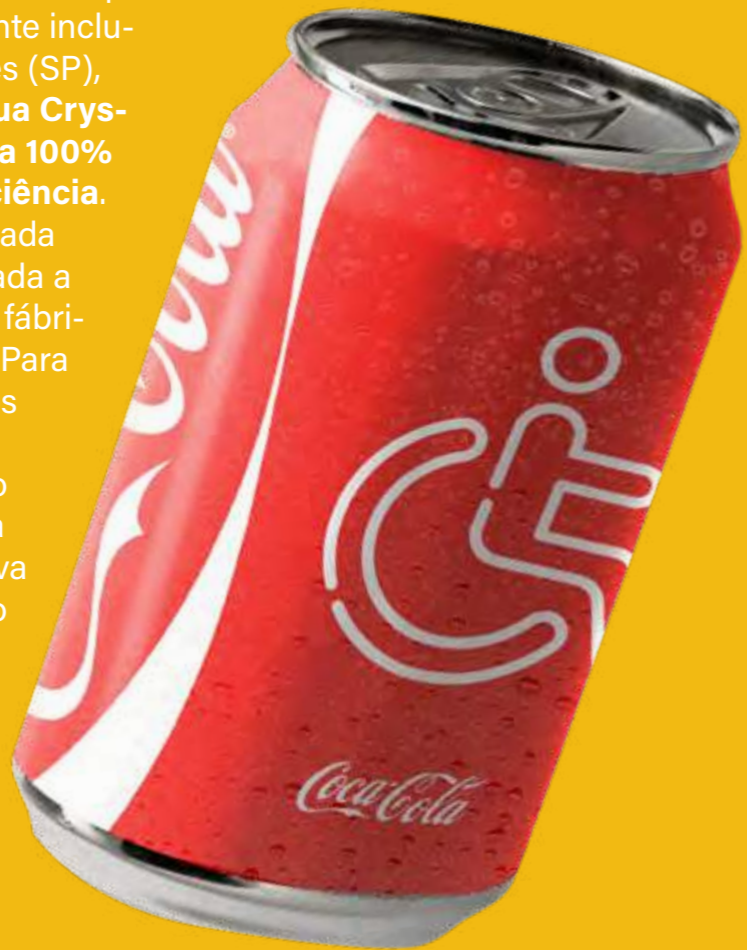
<sup>2</sup> Evento aberto para a participação de homens e mulheres, mais detalhes sobre o evento na seção de Direitos Humanos.



Os eventos com palestrantes são voltados para os colaboradores do administrativo que têm e-mail corporativo; já o curso engloba também os times da operação. Além das aulas de LIBRAS, também foram feitas adaptações na comunicação interna, para que nossos colaboradores com deficiências visuais possam tomar conhecimento das notícias, avisos e informativos enviados por e-mail. A partir de agora, todos os e-mails marketing internos têm um texto secundário que traz o conteúdo da peça por escrito, para que as tecnologias utilizadas para leitura de tela consigam acessar e ler, em voz alta, para o usuário.

Como destaque do ano, inauguramos a primeira linha de produção totalmente inclusiva. A fábrica de Mogi das Cruzes (SP), responsável pelo envase da água Crystal, foi a primeira a ter uma linha 100% operada por pessoas com deficiência.

Vale ressaltar que ela foi classificada com 99% de eficiência, considerada a melhor nesse quesito dentro das fábricas da Coca-Cola FEMSA Brasil. Para viabilizar este projeto, foram feitos um mapeamento dos colaboradores disponíveis e a contratação de quatro novos, totalizando uma equipe de dez pessoas. A iniciativa contemplou, ainda, o treinamento dos gestores e encontros com o time selecionado para falar sobre trabalho em equipe e adaptações na fábrica. O projeto é acompanhado mensalmente para garantir a segurança e o conforto da equipe.



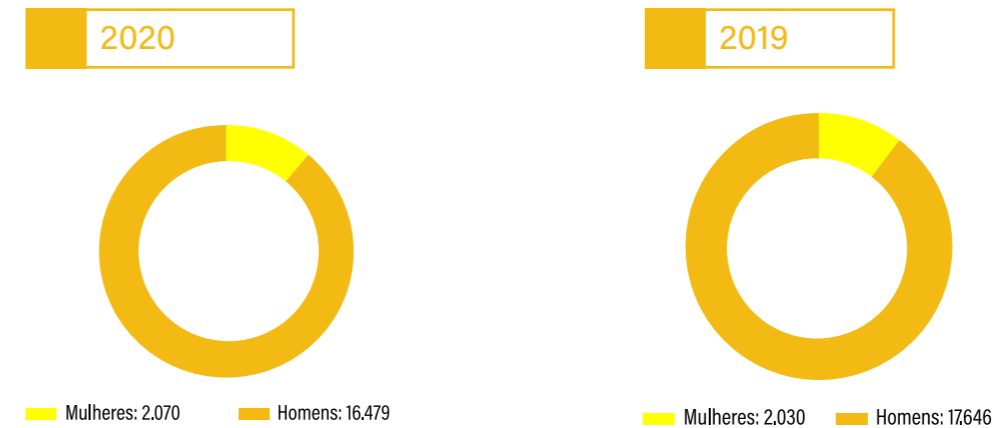
Quando olhamos para o quadro geral de colaboradores próprios da Coca-Cola FEMSA Brasil, ainda podemos enxergar uma falta de representatividade de gênero e raça. Isso ocorre pois o ramo da indústria na qual atuamos é composto, em seu histórico, por uma mão de obra predominantemente masculina. Cientes dessa realidade, mas também da importância do papel das empresas na quebra desse paradigma, aumentamos os esforços para tornar o ambiente corporativo mais inclusivo, diverso e acolhedor e, assim, caminhar em direção a uma maior diversidade dentro de nossas unidades.

## Perfil dos Colaboradores em 2020

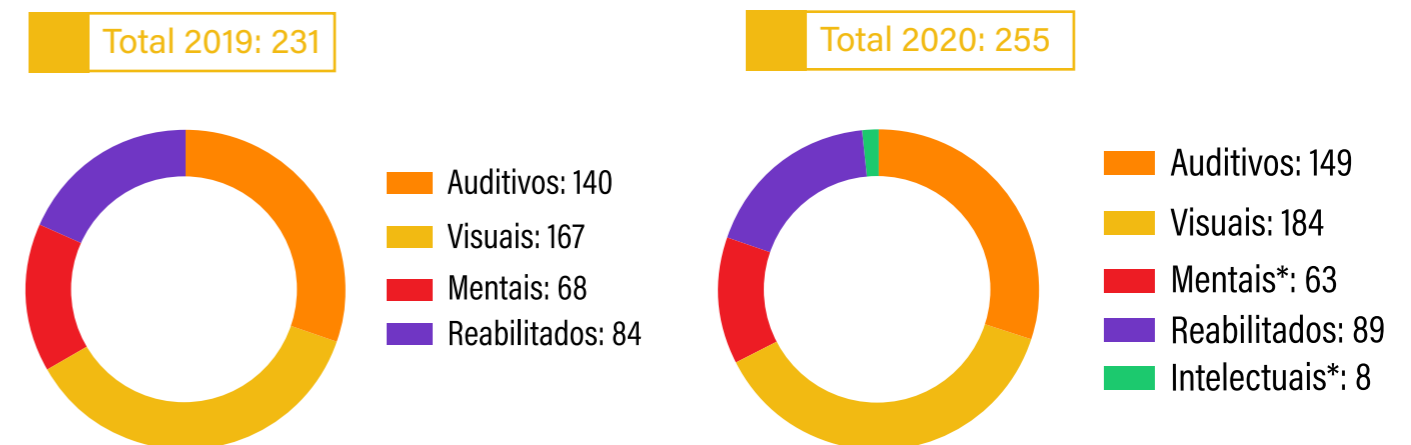
Total de colaboradores próprios em 2019: 19.676

Total de colaboradores próprios em 2020: 18.549

### Recorte de gênero

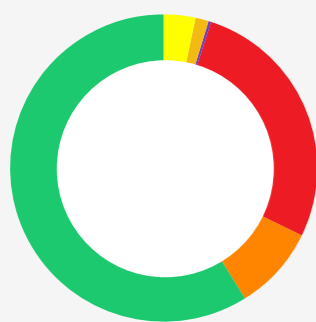


### Recorte de Pessoas com Deficiência



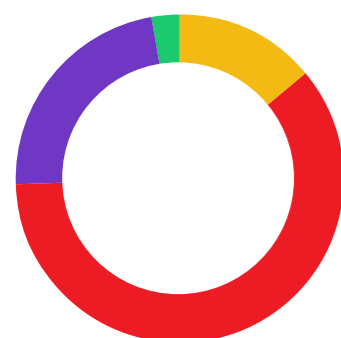
\* As deficiências intelectuais estão relacionadas à limitações de aprendizado e compreensão, enquanto as mentais geralmente se apresentam como anomalias nas sensações psíquicas, podendo ou não interferir em questões intelectuais.

## Recorte de Raça

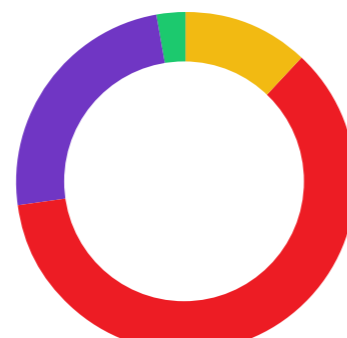


■ Branca: 11.773 ■ Amarela: 96 ■ Não Informado: 207  
■ Indígena: 31 ■ Parda: 4.877 ■ Preta: 1.565

## Recorte Geracional



■ Menores de 18 anos: 7  
■ Entre 18 e 25 anos: 2.756  
■ Entre 26 e 40 anos: 11.939  
■ Entre 41 e 55 anos: 4.438  
■ Acima de 56 anos: 536

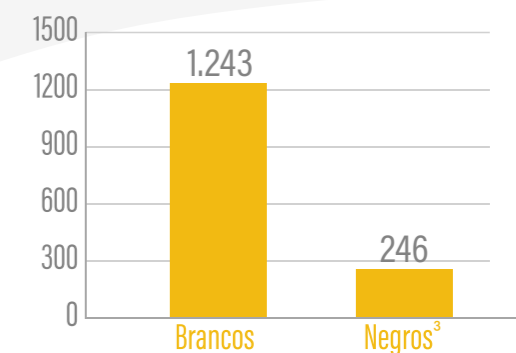
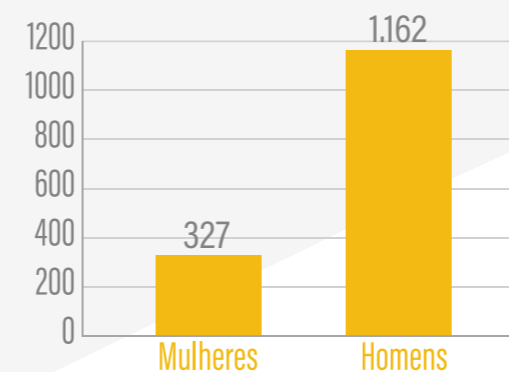


■ Menores de 18 anos: 4  
■ Entre 18 e 25 anos: 2.221  
■ Entre 26 e 40 anos: 11.304  
■ Entre 41 e 55 anos: 4.505  
■ Acima de 56 anos: 515

Este raio-x da companhia demonstra que nossos colaboradores consistem em, predominantemente, homens brancos e jovens, com idade até 40 anos, o mesmo padrão identificado em 2019. Quando olhamos para a multiculturalidade, um dos pilares do nosso Programa de D&I, ainda enxergamos espaço para melhorias, pois, apesar de termos funcionários de outras nacionalidades, culturas e etnias, estes ainda fazem parte de um grupo pequeno frente ao total de colaboradores.

Sabemos que ainda há um longo caminho para conquistar a equidade de gênero, mas nossos esforços já mostram avanços graduais. Em 2020, as mulheres representaram 11% do número de colaboradores, um total de 177 mulheres a mais desde 2018, quando eram 1.884 colaboradoras. Estamos longe do ideal e temos consciência de que, nos próximos anos, esses números precisam crescer tanto no quadro geral quanto na liderança. Nosso Programa de Diversidade e Inclusão vem traçando estratégias para alcançar resultados mais robustos de representatividade dentro da companhia.

## Recorte da Liderança



## Gestão, Treinamentos e Capacitações

Em 2020, mesmo com o regime de home office, que precisou ser implementado sem preparo prévio, conseguimos realizar 90% das capacitações e treinamentos previstos. Eles passaram por uma reestruturação para que funcionassem remotamente e englobaram, além de formação de liderança e desenvolvimento profissional, novas temáticas relacionadas aos protocolos internos de combate à Covid-19, medidas preventivas de saúde e segurança etc. Por esse motivo, a contagem de horas de treinamento foi prejudicada, com um número significativamente menor que o ano anterior, visto que não há como mensurar alguns dos formatos, como vídeos e pílulas de conteúdos específicos.

Levando em consideração que nem todos os colaboradores – principalmente os de fábrica – possuem computador corporativo, as integrações e os treinamentos técnicos foram realizados pelos RH locais e de forma resumida, com poucas pessoas por turma, seguindo as orientações de higiene e cuidado.



<sup>3</sup> Definição do IBGE que identifica o conjunto de pessoas que se autodeclararam pretas e pardas.



## Ao longo de 2020, tivemos como principais iniciativas de capacitação:

### Programa de Estágio

### Programa de Trainee

### PAT – Plano Anual de Treinamento

Plano de desenvolvimento individual para cada colaborador

### Ades

Agenda de Desenvolvimento

### Líder KOF

Para gerentes e medias chefias gerais

### KOF UP

Programa de aceleração de desenvolvimento de analistas PL e SR

### Forma RH

Programa de desenvolvimento para a diretoria de RH

### Academia de Líderes

Programa para novos líderes de KOF BR

### Escola de Supply

Treinamentos técnicos e comportamentais aplicados ao time de Supply

### Escola de Vendas

Treinamentos técnicos e comportamentais aplicados ao time comercial

### Jornada KOF

Treinamentos técnicos e comportamentais aplicados ao time comercial

### Exponenciar

Programa de Liderança para gerentes e medias chefias

### UFEMSA

Universidade FEMSA – Liberação de treinamentos com foco no Desenvolvimento e Bem-estar Integral, Mindfulness, Home office, Biosegurança, DNA KOF e Código de Ética

### LinkedIn Learning

Liberação de licenças do LinkedIn Learning para os colaboradores da cia

### Aula KOF

Plataforma de treinamento *e-learning* para gerentes e diretores

### Compliance

Programa de treinamento para toda liderança KOF BR

### Academia Jurídica

Programa de treinamento para lideranças focado em IMCR, boas práticas trabalhistas e contratos

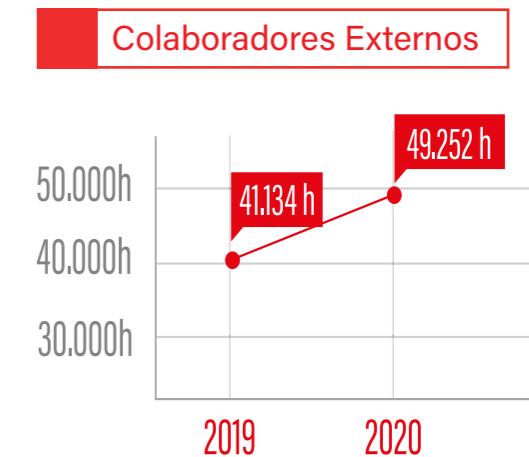
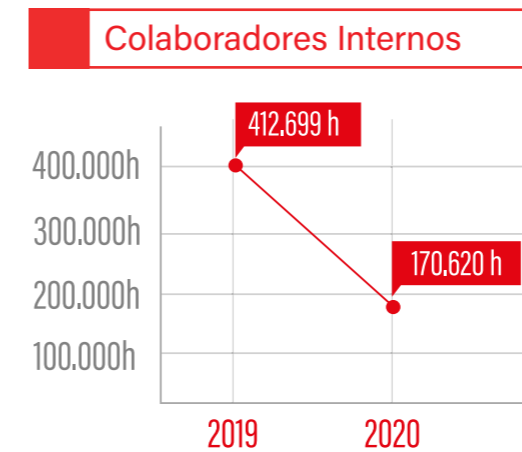
### MAP

Programa de Integração acelerada para diretores e gerentes



Entre as ações que trouxeram resultados muito positivos para os colaboradores podemos destacar, por exemplo, a liberação de licenças do LinkedIn Learning, para que as pessoas pudessem aproveitar seu tempo livre para se aperfeiçoar e adquirir novos conhecimentos por meio da plataforma. Foram mais de mil liberações de acesso. Outro destaque foi o Módulo Bem-estar Integral – no qual oferecemos workshops de *mindfulness*, gestão de tempo, yoga, ginástica laboral, melhores práticas do home office etc. –, focado na conciliação de rotinas pessoais com profissionais e na saúde mental dos colaboradores. O Programa **KOF UP**, que visa a desenvolver analistas plenos e seniores para assumirem novos desafios na empresa por meio de capacitações, também foi muito bem avaliado.

## Horas de treinamento em 2020:

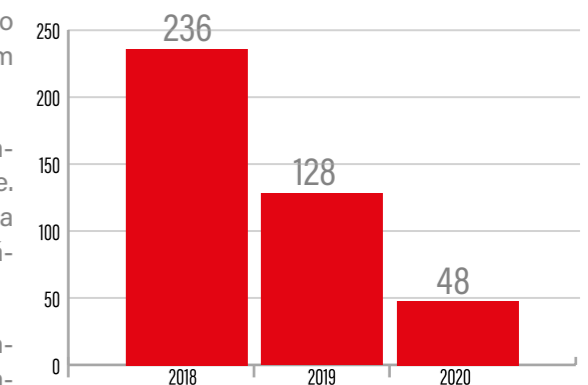


O Programa Segurança em Rota, criado em 2019 com o objetivo de treinar e capacitar os motoristas da frota da Coca-Cola FEMSA Brasil para a redução de acidentes e segurança viária, também seguiu em funcionamento com algumas adaptações. Em 2020, como novidade, tivemos a instalação e o acompanhamento de telemetria em toda a frota própria de veículos leves e de transporte primários, adicionando mais 1,4 mil veículos ao total. Hoje já são mais de 4 mil veículos com cerca de 4,5 mil condutores sendo acompanhados diariamente.

Noventa motoristas foram premiados por desempenho exemplar, enquanto outros 90 profissionais se formaram por meio de aulas online. Além disso, adquirimos mais três simuladores de direção defensiva para complementar a formação desses profissionais com aulas práticas após a pandemia.

Os resultados do programa de segurança viária são avaliados mensalmente por 16 comitês de gestão (um para cada regional). Ao comparar o número de acidentes de 2020 com 2018, quando ainda não havia o programa, houve uma **redução de 80% na taxa de acidentes**.

## Número de acidentes viários



## Licenças Maternidade e Paternidade

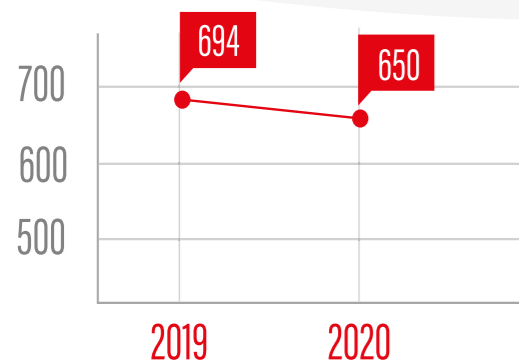
Na Coca-Cola FEMSA Brasil, valorizamos o bem-estar dos nossos colaboradores e de suas famílias. Sabemos da importância da presença dos pais durante a primeira infância de seus filhos, período no qual eles desenvolvem habilidades cognitivas e comportamentais fundamentais. Por isso, oferecemos uma licença-maternidade de 180 dias, tendo a possibilidade de utilizar as férias para estender por mais 30 dias, e uma licença-paternidade de, no mínimo, 5 dias (de acordo com a legislação brasileira), podendo haver variações de acordo com a solicitação dos colaboradores.

Portanto, do mesmo modo que incentivamos os nossos profissionais a se afastarem em licenças-maternidade e paternidade, em seu retorno trabalhamos a retenção deles e a readaptação para um dia a dia no trabalho equilibrado com as necessidades familiares.

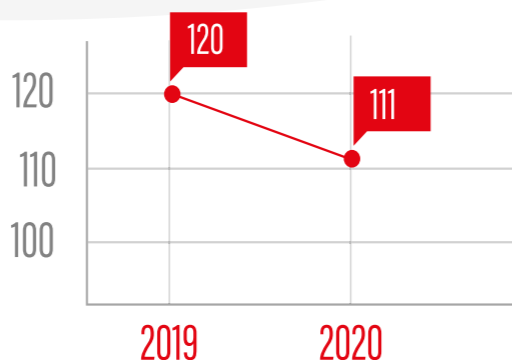
**Total de licenças concedidas em 2019: 814**

**Total de licenças concedidas em 2020: 761**

### Licença paternidade

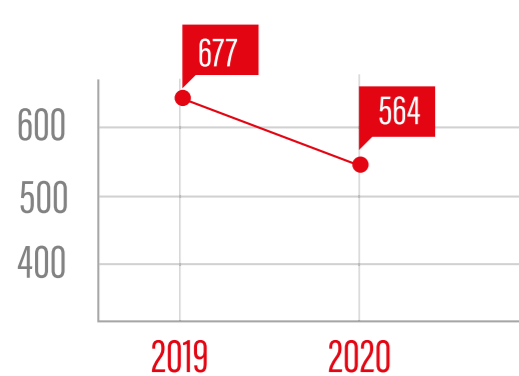


### Licença maternidade

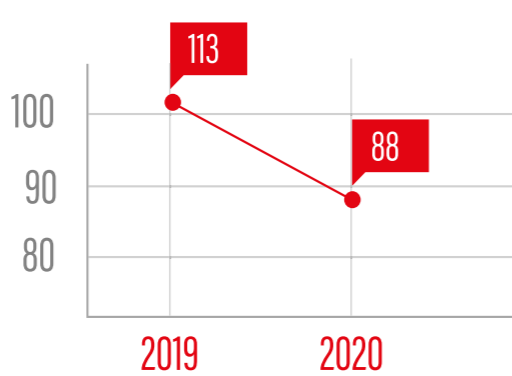


## Colaboradores que voltaram ao trabalho após as licenças:

### Homens

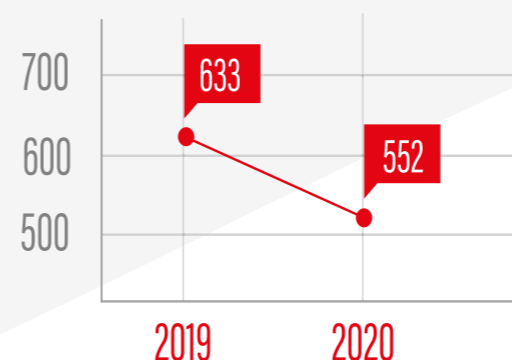


### Mulheres

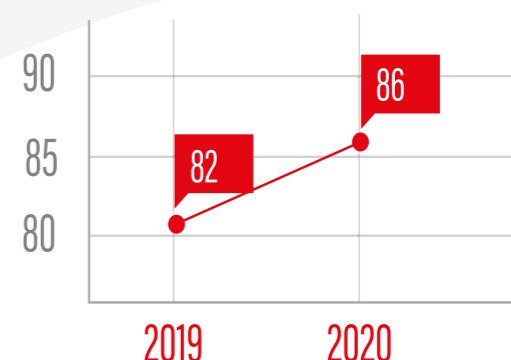


## Colaboradores que permaneceram no trabalho após 12 meses do retorno:

### Homens

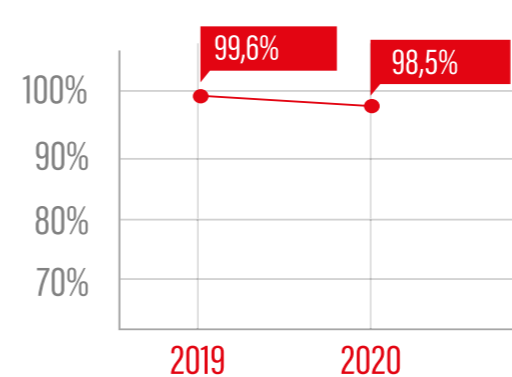


### Mulheres

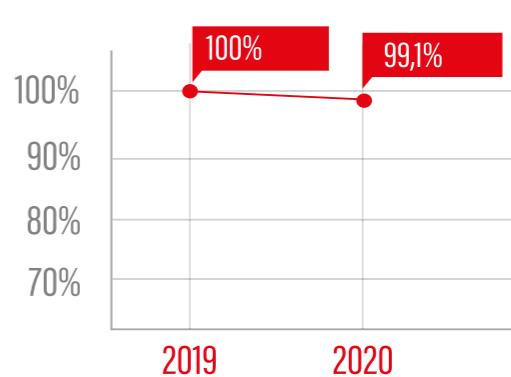


## Taxas de retorno de colaboradores:

### Homens

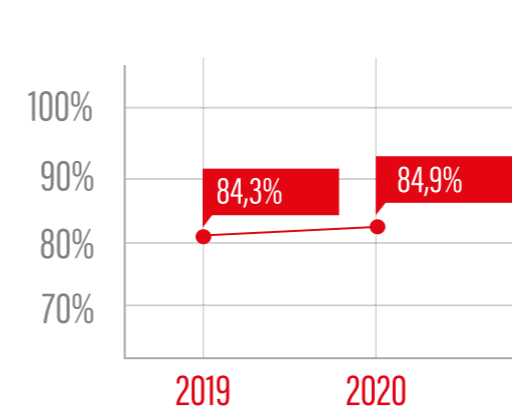


### Mulheres

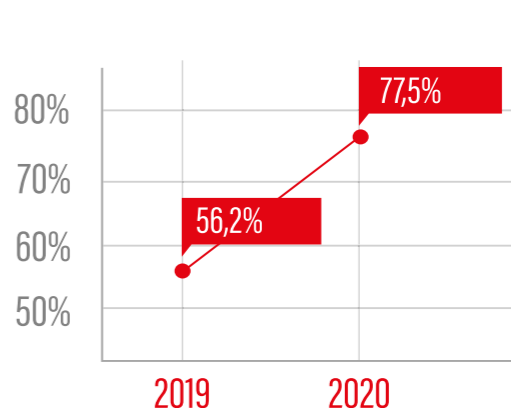


## Taxas de retenção de colaboradores:

### Homens



### Mulheres





Apesar de percebermos uma pequena queda na taxa de retorno dos colaboradores que saem de licença maternidade ou paternidade, é possível perceber uma melhora na taxa de retenção. Isso pode ter sido consequência de uma nova iniciativa da companhia para apoiar as colaboradoras no momento da gestação, o “Encontro de Gestantes”. Foram desenvolvidos conteúdos especiais para orientar mães e pais sobre o período da gestação, parto, puerpério e cuidados ao recém-nascido, educação financeira e, para os homens, fortalecer o vínculo e a participação deles no processo de gestação, parto, pós-parto e no início da vida do bebê. Realizamos 6 encontros em 2020, com a participação de 250 pessoas em mais de 33 unidades.



## CODES

O Comitê de Desenvolvimento Social (CODES) é uma iniciativa coletiva, presente em quase todas as unidades, que visa à integração entre os colaboradores e ao fomento ao voluntariado. Seus grupos, formados por de diversas áreas, contam com o apoio da área de recursos humanos da unidade para mapear as necessidades do público interno e, na sequência, planejar e executar ações com foco em desenvolvimento social. As atividades realizadas podem ter cunho social, educacional ou até mesmo de saúde e segurança, variando de acordo com os assuntos identificados como relevantes.

Em 2020, a iniciativa focou sua atuação em ações de prevenção e combate à Covid-19 em todas as unidades. Foram feitas Blitz de Covid-19, nas quais os voluntários iam até as equipes para falar sobre boas práticas e regras dos protocolos de combate ao coronavírus e dar dicas sobre higiene, entre outras ações. Ao todo, foram realizadas **371 iniciativas** ao redor do território FEMSA. No fim do ano, houve também uma ação de limpeza em Caraguatuba (SP) com apoio de uma equipe médica, para garantir a segurança dos participantes.

Além disso, o CODES também liderou mais de 200 ações que promoviam a qualidade de vida e o bem-estar dos colaboradores, realizadas em parceria com o time de Treinamentos e Capacitações. Algumas delas foram aulas de yoga e ginástica laboral online, palestras com nutricionistas e médicos e workshops de *mindfulness*. As ações foram disponibilizadas gratuitamente na plataforma interna da companhia, podendo ser acessadas a qualquer momento por qualquer funcionário. Também foram elaborados materiais com práticas de home office, dicas para manter a saúde emocional e muito mais.



Entre os comitês que se destacaram em 2020, podemos citar uma ação da unidade de Maringá que consistiu na arrecadação de brinquedos antigos – mas em bom estado – dos filhos dos colaboradores para doar ao Lar Esperança, organização social local. Além disso, também foram entregues kits com lanche, uma cartilha sobre Covid-19 e livro de colorir para as crianças presenteadas.

## Voluntariado

Internamente, percebemos uma ascensão anual nos números de voluntariado da empresa. Ano após ano, temos cada vez mais colaboradores engajados participando das atividades planejadas, e isso é fruto da cultura que pregamos: **cuidar de si e cuidar do outro**. Em função dos problemas causados pela pandemia, em 2020 acabamos tendo mais ações de voluntariado; porém, com as recomendações de distanciamento, tivemos menos horas de dedicação, ao comparar com 2019. Por isso, especificamente no ano de 2020, os indicadores de voluntariado foram os números de ações, e não de horas dedicadas, como é de costume.

**238**  
iniciativas  
realizadas

Com foco em prevenção, apoio aos colaboradores e comunidades próximas

**39.565**  
horas de  
trabalho voluntário

**4.069**  
colaboradores  
envolvidos

2017

**69.523** horas de voluntariado

2018

**125.735** horas de voluntariado

**3.244** colaboradores voluntários

2019

**164 mil** horas de voluntariado

**3.673** colaboradores voluntários



“No ano de 2020, mesmo inseridos em um cenário triste e incerto, mais uma vez nossa gente mostrou a força e a garra que tem. Nossos colaboradores não pouparam esforços em apoiar a sociedade através das ações de voluntariado, sempre tomando todos os cuidados que a pandemia exige. O aumento das iniciativas e os nossos colaboradores tão engajados com a causa do próximo só reforçam o nosso DNA de Primeiros as Pessoas”, compartilha Marcela Cardoso, Chefe de Recursos Humanos e responsável pela área de Desenvolvimento Social da Companhia.



## Outras Iniciativas

Temos um programa de reconhecimento por tempo de casa, o **Clássicos Coca-Cola FEMSA Brasil**, que premia os colaboradores que completam 5, 10, 15, 20, 25, 30, 35 ou 40 anos de FEMSA, como uma forma de valorizar o trabalho e o comprometimento com a empresa. Entretanto, em 2020, após uma pesquisa de cenário e escuta feita com eles, reformulamos o programa de premiação, que se tornou uma ferramenta de pontos que os colaboradores podem acessar, por um site oficial, para resgatar diversos tipos de prêmios. De vale-compras a vouchers para viagens, a plataforma oferece uma ampla gama de produtos que podem atender às particularidades de cada colaborador. Por conta dessa mudança, adiamos a premiação dos homenageados de 2020 para o ano seguinte, e, até março de 2021, já foram mais de 1,7 mil colaboradores resgatando prêmios no site.

Já o **Prêmio Soluções Inovadoras**, uma iniciativa lançada em 2019, incentiva os colaboradores a pensarem em soluções que irão melhorar os processos da companhia. Em 2020, tivemos 197 projetos inscritos e 9 equipes ganhadoras nas 3 categorias definidas: agilidade, aumento de receita e redução de custos. Os vencedores recebem, além de prêmios, recursos para implementar seus projetos em sua unidade e, após um ano, apresentar os resultados obtidos. Desse modo, testamos iniciativas que podem trazer grandes benefícios à companhia, para, posteriormente, implementá-las nas demais plantas; além disso, é uma ação que gera alto nível de engajamento.



Para a categoria de “agilidade”, os projetos aprovados traziam soluções para tornar os processos mais eficientes, como a redução do tempo de parada de equipamentos da linha de produção e uso de tablets para disponibilizar documentos na linha de produção (ambas de Curitiba), e uso de *chatbox* para melhorar o processo de compras (Jurubatuba).



Na categoria “aumento de receita”, as equipes vencedoras trouxeram ideias como venda do portfólio em canais de food service, alteração dos produtos do portfólio para se tornarem acessíveis a pessoas com deficiência e utilização de mídia digital nas *Vending Machines* por meio de telas de LCD acopladas à lateral das máquinas – todas elas iniciativas da unidade de Jurubatuba.



Na última categoria, “redução de custos”, tivemos projetos como a alteração de insumos de produção para uma maior eficiência na retirada do fósforo do efluente final (Itabirito); redução de consumo de energia (térmica e elétrica) e de gás natural (Marília); e a automação do sistema de resfriamento de bebida, que reduz o consumo de energia e água gelada (Itabirito).

## Direitos Humanos

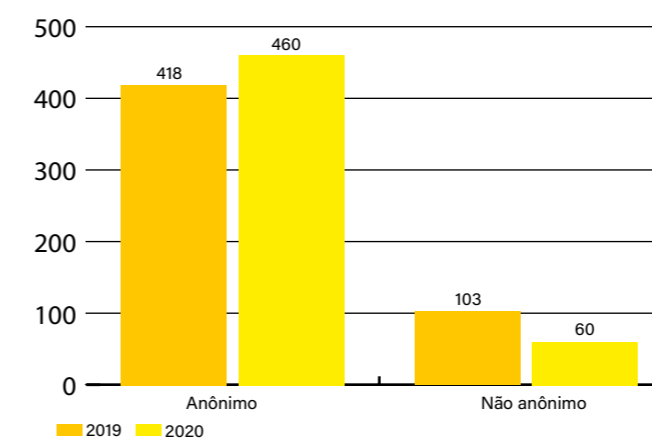
Visando a garantir uma cultura de Direitos Humanos que vá além do ambiente profissional, a Coca-Cola FEMSA Brasil busca combinar conteúdos teóricos sobre a temática, para fins educativos, com uma ferramenta de denúncias onde devem ser reportados casos de abuso ou desrespeito ao Código de Ética (atualizado em 2019). Desse modo, contamos com uma agenda de treinamentos, capacitações, ações de comunicação e rodas de conversa para que o conteúdo seja amplificado e, conseqüentemente, absorvido pelos colaboradores. Partindo da atualização do Código de Ética, parte dos esforços de comunicação em 2020 foi justamente trazer as mudanças realizadas no documento para a pauta comum, por meio de treinamentos e lives, para reforçar as práticas definidas pela companhia em todos os níveis.

O DILO é nosso canal oficial de denúncias sobre práticas ilegais, condutas inapropriadas e violações do Código de Ética e Políticas Corporativas. Por meio dele, nossos colaboradores próprios e terceirizados, fornecedores, clientes, consumidores e todos os demais stakeholders podem reportar comportamentos em discordância com as diretrizes da empresa. Os dados coletados pela ferramenta são encaminhados para avaliação, podendo resultar em treinamentos, advertência ou punições mais severas, dependendo da gravidade do problema relatado.

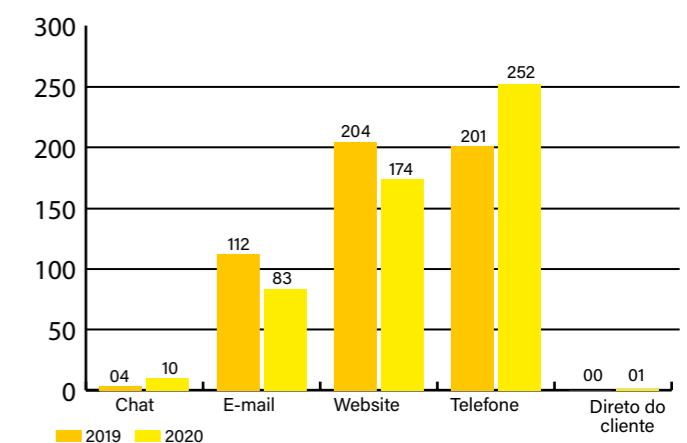
Ao longo de 2020, a ferramenta compilou os seguintes dados referentes às denúncias:

**Total: 520**  
**Denúncias a cada mil colaboradores: 25,43**  
**Resolvidas (até fev/21): 514**  
**Em processo (até fev/21): 6**  
**Relacionadas à Covid-19: 46**

### Denunciante



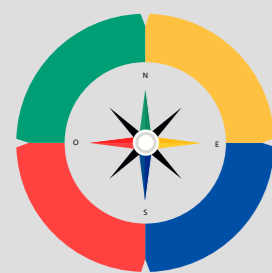
### Via de entrada





As denúncias de maior incidência – 179 – são relacionadas a comportamento abusivo ou controlador de médias chefias, o que foi intensificado no início do home office por não haver o acompanhamento presencial da produtividade da equipe. Em segundo e terceiro lugar, com, 78 e 65 ocorrências, estão reclamações quanto ao ambiente de trabalho e a administração e RH.

Como demonstrado, o alto índice de solução das denúncias deixa evidente que nossa equipe avalia todos os casos com seriedade. Não poupamos esforços na realização de treinamentos e amplas campanhas de comunicação para diminuir a incidência e prevenir situações desse tipo. Uma das ações de maior destaque realizadas no ano foi a campanha de ética organizacional e direitos humanos, desenvolvida pela sede da Coca-Cola FEMSA, no México. Ela se deu em três etapas bem definidas, para facilitar o entendimento e a absorção do conteúdo por parte dos colaboradores:



**1** APRENDA O QUE É

**2** BUSQUE ORIENTAÇÃO

**3** FAÇA UM REPORT

A campanha contou com peças de comunicação digitais e vídeos explicativos que ensinavam os colaboradores a reconhecerem o que são conflitos de interesse, assédio sexual, atos de suborno, corrupção ou lavagem de dinheiro, entre outros. Na segunda etapa, foram enviados novos materiais com direcionamentos sobre o que fazer após identificar uma violação ao Código de Ética, como, por exemplo, buscar orientação da área de Recursos Humanos, contatar o Comitê de Ética local ou entrar em contato com a Linha de Ética DILO. Por último, compartilhamos instruções sobre como reportar tais descumprimentos por meio dos canais oficiais.



Em 2020, também foi realizado um “Lean in Circles” temático, que abordou assuntos como assédios sexual, moral e psicológico e abuso de autoridade. O evento, realizado em formato digital, contou com a presença de uma assistente social, que falou sobre a importância do acolhimento e cuidado com colaboradores que precisam de atendimento após passar por alguma situação similar. Entre os participantes, 213 eram homens e 132 eram mulheres, totalizando 345 colaboradores. O evento foi avaliado como excelente pelos presentes, e um dos pontos mais bem avaliados foi a interação entre gêneros durante a discussão.

Também foram oferecidos treinamentos online para reforçar as práticas previstas no Código de Ética para a média chefia e gerência – que são maioria nas denúncias de abuso de autoridade – e, posteriormente, para analistas e assistentes. Um dos destaques foi o workshop Ética de Cuidado, liderado por Eduardo Garza, autoridade mexicana no tema de direitos humanos, que abordou temas como bem-estar social, a importância do autocuidado, compromisso com o planeta e tomada de decisão construtiva.

## Programa Global de Integridade e Compliance

Nomeada como a primeira *Compliance Officer* da Coca-Cola FEMSA Brasil, Camila Boves – que também exerce o cargo de Gerente Jurídico Trabalhista – oficializa, em 2020, o Programa Global de Integridade e Compliance na companhia.

Para garantir a absorção das novas diretrizes e políticas corporativas sobre o tema, foram realizadas ações como: campanha de conscientização contínua para colaboradores; distribuição do Manual de Compliance; e realização de treinamentos obrigatórios (num primeiro momento focados apenas nas lideranças) que abordavam quatro pilares principais – anticorrupção, lavagem de dinheiro, proteção de dados pessoais e visitas de autoridades. Foram mais de mil profissionais participando em cada um dos quatro treinamentos temáticos.

Em 2021, está prevista a realização de novas turmas para os demais colaboradores, contando com a inclusão de dois outros pilares: concorrência econômica e proteção ao consumidor.

Para garantir uma atuação 360 graus, o Programa de Compliance conta com o apoio de diversas áreas, como: RH, para realização dos treinamentos; Comunicação interna, para o desenvolvimento contínuo de peças de conscientização; área de Gestão de Riscos e Controle Interno, que desenvolveu e monitora a matriz de risco do programa e mapeia pontos sensíveis a serem endereçados; e DILO, que filtra as denúncias recebidas e faz o encaminhamento.

Uma iniciativa a se destacar é o projeto-piloto de **Análise dos Terceiros (KYC – Know Your Client)**, cujo objetivo é investigar individualmente stakeholders no que diz respeito a envolvimento político, presença em listas restritivas ou envolvimento em casos de corrupção e lavagem de dinheiro.

Acreditamos que, com a ampliação do Programa de Integridade e Compliance, reforçaremos a cultura de legalidade, o compromisso com a ética e o cumprimento das normas e diretrizes internas.







# Nossa Comunidade

A Coca-Cola FEMSA Brasil entende que precisa ter uma relação de cuidado e parceria com as comunidades onde está presente. Por conta disso, um dos pilares de nosso Marco Estratégico é Nossa Comunidade, que tem como objetivo o desenvolvimento socioeconômico local. Seguindo essa premissa, temos desenvolvido iniciativas em diversas regiões do país ao longo dos anos, com o intuito de fortalecer a atuação de organizações sociais, fomentar o empreendedorismo, compartilhar conhecimento e abrir o diálogo para além da empresa.

O bom relacionamento entre a companhia e seu entorno é essencial; por isso, para garantir excelência por meio do diálogo, a FEMSA desenvolveu o **MARRCO - Modelo de Atenção a Riscos e Relacionamento Comunitário**, que consiste em um treinamento especializado para colaboradores locais, para que desenvolvam competências específicas que vão auxiliá-los a manter o diálogo contínuo e de qualidade com as comunidades. A metodologia do programa passa por cinco passos:

**Identificar  
e entender**



**Analisar  
e planejar**



**Acordar  
e agir**



**Avaliar  
e medir**



**Aprender  
e melhorar**



Mais do que sermos reconhecidos como bons vizinhos, buscamos sempre o diálogo e a cooperação. Queremos que os moradores das comunidades se sintam próximos de nós. Para viabilizar esse sentimento, uma das iniciativas criadas é o Programa de Visitas às fábricas, recebendo-os em nossas instalações e mostrando os nossos processos internos, iniciativas sustentáveis e muito mais.



## Sustentabilidade na Cadeia de Fornecedores

Desde 2017, a companhia instituiu a Plataforma Ikus, uma ferramenta que auxilia os fornecedores com melhorias relacionadas à sustentabilidade. Seu funcionamento se dá por meio de um sistema de cadastros, onde o fornecedor preenche um formulário com perguntas sobre práticas de gestão em sustentabilidade. Posteriormente, as informações são analisadas e as empresas são categorizadas conforme seu grau de cumprimento dos quesitos definidos pela Coca-Cola FEMSA Brasil, com base na seguinte escala:

Verde – Alta qualificação

Amarelo – Média-alta qualificação

Laranja – Média-baixa qualificação

Vermelho – Baixa qualificação

De acordo com o resultado obtido, a plataforma indica aspectos e ações de melhoria para as empresas, com o objetivo de apoiá-las para se tornarem mais sustentáveis. A Coca-Cola FEMSA Brasil costuma priorizar negócios com os fornecedores que são mais bem avaliados na plataforma e, assim, acredita estar contribuindo para o fomento a um mercado mais responsável, inclusive dentro de sua própria cadeia de suprimentos. Vale ressaltar que, junto com outros temas, a avaliação na Ikus representa 20% da nota de análise de desenvolvimento dos fornecedores.



### Dados da Plataforma Ikus em 2020:

**249 fornecedores cadastrados, totalizando 275 desde 2019**

**Média de avaliações: Média-baixa, seguida por Média-alta**

## Rede de Parceiros Sustentáveis

rede de parceiros sustentáveis

Essa iniciativa visa a conectar, capacitar e apoiar o amadurecimento de nossos fornecedores e demais empresas quanto a conceitos e ações sustentáveis, gerando um ciclo de compartilhamento de experiências e boas práticas no mercado. Este ano, contamos com a consultoria do Nexus para execução do projeto.

Para um funcionamento em rede, são realizados encontros periódicos com os líderes de sustentabilidade e responsabilidade social ou ainda representantes das empresas participantes para discutirmos sobre os desafios e as oportunidades nas cadeias de fornecedores de cada um. Em 2020, porém, com as dificuldades impostas pela pandemia, foram necessárias adaptações na metodologia do programa, batizada de Trilha Virtual de Desenvolvimento.

A nova versão fundamentou-se nas melhores práticas de ensino a distância e é composta por:



Duas vídeo-aulas



Dois e-books



Três fóruns virtuais

No ano, foram **537 inscritos, 208 profissionais participantes dos fóruns e 507 visualizações das vídeo-aulas.** Os temas dos encontros virtuais foram os seguintes:

**Sustentabilidade em tempos de pandemia: desafios e oportunidades para as empresas.**

**Como as pessoas podem contribuir para a sustentabilidade empresarial por meio do trabalho da diversidade e do trabalho voluntário?**

**Compartilhando boas práticas de sustentabilidade.**

## Edital Ideias para um Mundo Melhor

Com o objetivo de impulsionar projetos sociais de instituições sem fins lucrativos, o Edital Ideias para um Mundo Melhor chegou à sua 5ª edição em todo o território FEMSA. Em 2020, 14 projetos foram selecionados para receber incentivos financeiros, atuando em prol do desenvolvimento comunitário, meio ambiente e empreendedorismo, entre outros, num contexto de soluções relacionadas à pandemia. O investimento oferecido por território pode chegar a R\$ 50 mil, com duração de até 12 meses para a execução.



As organizações e os projetos selecionados em 2020 foram:



### Antônio Carlos (SC)

Projeto: Projetando o Futuro  
Parceiro: Núcleo de Recuperação e Reabilitação de Vidas – São José

Projeto: Recomeçar e Replantar  
Parceiro: APAE de Antônio Carlos



### Bauru (SP)

Projeto: Fraldas do Bem – A oportunidade de um recomeço

Parceiro: Caritas Diocesana de Bauru

Projeto: Oficina de Confeitaria  
Parceiro: Sorri Bauru



### Jundiaí (SP)

Projeto: Mãos em Ação  
Parceiro: CESPROM – Associação Educadora e Beneficente

Projeto: Mercadinho Solidário  
Parceiro: Grupo de Apoio NISFRAM



### Curitiba (PR)

Projeto: Oficina Estampando Esperança  
Parceiro: Associação dos Pais e Amigos dos Excepcionais – Pinhais



### Porto Alegre (RS)

Projeto: Empreendai  
Parceiro: Instituto Misturaí

Projeto: Marcenaria Move-Lar SOS  
Parceiro: Aldeias Infantis SOS Brasil



### Itabirito (MG)

Projeto: Ateliê Social  
Parceiro: Instituto Social Casa de Mãe – Nova Lima



### Marília (SP)

Projeto: Redesenhando a Vida com Arte  
Parceiro: Associação de Combate ao Câncer de Marília



### Campo Grande (MS)

Projeto: Maná do Céu para os Povos: Laços da Comunicação  
Parceiro: Instituto de Desenvolvimento Humano, Social, Econômico e Cultural



### Mogi das Cruzes (SP)

Projeto: Alimente uma Vida  
Parceiro: Associação Beneficente Raios de Sol



### Maringá (PR)

Projeto: Estúdio de Inovação: A semente do futuro  
Parceiro: Encontro Fraternal Lins de Vasconcelos

## Capacitação de Organizações Sociais

Essa iniciativa surge a partir da percepção de que algumas instituições selecionadas no Edital Ideias para um Mundo Melhor tinham necessidades mais básicas sobre a elaboração e o desenvolvimento de seus projetos. Por isso, a empresa oferece capacitações em aprimoramento de gestão, captação de recursos, prestação de contas e criação de rede de relacionamento.

A capacitação, feita em parceria com a ONG Parceiros Voluntários, foi ministrada em formato 100% online, em respeito às recomendações de distanciamento social para evitar a propagação do coronavírus. Foram três dias de aulas, com carga horária de 4 horas cada, para 10 turmas no total. Ao final, todos os participantes que completaram a formação receberam certificados de conclusão.

### Dados de Capacitação de ONGs em 2020:

**258**  
Organizações  
Sociais

**380**  
pessoas  
formadas

**120 h**  
de aula para 10  
turmas\*



### Em 2019, os resultados foram os seguintes:

263 organizações sociais

374 pessoas formadas

16h de aula

\*Em 2019 não mensuramos a quantidade de turmas.



## Projetos Incentivados

Por meio das leis de incentivo PROAC (Programa de Ação Cultural de São Paulo) e PIE (Programa de Incentivo ao Esporte), utilizamos os recursos adquiridos por meio do ICMS (Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias) para apoiar projetos incentivados no estado de São Paulo. Por conta da pandemia, nem todos os selecionados puderam executar o planejamento no ano, adiando, assim, para 2021 parte das iniciativas. Dos sete selecionados, três projetos conseguiram implementar parcialmente suas propostas, iniciadas no final de 2019 e paralisadas em março de 2020:

### Projeto: Handebol Feminino de Jundiaí, Formando Campeãs nas Quadras e Para a Vida

Parceiro: Jundiaí Handebol Clube

Objetivo: educar, oferecer oportunidades e fomentar o interesse e a motivação para se tornar uma atleta de handebol. Além disso, o projeto visa a reduzir o tempo de exposição das participantes a riscos (uso de drogas, violência, trabalho infantil etc.), reduzir a evasão escolar e desenvolver habilidades e disciplina que as ajudem em todas as áreas da vida.

#### Resultados:

100% de aprovação escolar

1º lugar no Campeonato Paulista Juvenil

2º lugar nos Jogos Abertos do Interior

3º lugar no Campeonato Paulista Junior e no Campeonato Paulista Cadete.

### Projeto: Beisebol e Softbol Para Todos de Marília

Parceiro: Associação Cultural e Esportiva Nikkey de Marília

Objetivo: reduzir as desigualdades sociais por meio das práticas esportivas, visando ao desenvolvimento físico, emocional e disciplinar de crianças e jovens até 14 anos no contraturno escolar.

foto tirada antes da pandemia



### Projeto: Oficinas - Esporte é Saber de Sumaré

Parceiro: Instituto Saber Social

Objetivo: garantir o direito de acesso ao esporte, promovendo o desenvolvimento integral de crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social. Além disso, o projeto visa a diminuir a evasão escolar, ao desenvolvimento de valores e princípios e ao fortalecimento dos vínculos familiares.

#### Resultados:

100% de aprovação escolar

+80% de frequência escolar e no projeto

## Programa de Visitas

O Programa de Visitas às nossas fábricas é uma iniciativa antiga, que tem como objetivo estreitar a relação com os stakeholders, principalmente com as comunidades locais.

Em 2020, porém, por conta das restrições impostas pela pandemia, suspendemos as visitas por tempo indeterminado a partir de março. Ainda assim, em janeiro e fevereiro foi possível receber alguns grupos em nossas fábricas de Itabirito, Jundiaí, Marília, Maringá, Porto Alegre e Curitiba.

Dados das visitas às fábricas em 2020:

150 visitas

2.874 pessoas

## Caravana de Natal

A Caravana de Natal da Coca-Cola já se tornou tradição no Brasil. Em 2020, o tema da celebração foi "Natal Juntos Como Nunca", e, para evitar aglomerações, fizemos dessa uma experiência totalmente interativa, por meio de um aplicativo personalizado.

Os caminhões, iluminados com *Black Light* e LED, levaram projeções em alta resolução por onde passaram, com saudações virtuais da Mamãe e do Papai Noel e mensagens de cuidado na pandemia, como #UseMáscara e #FiqueEmCasa. Como de costume, a frota foi decorada com garrafas PET e tampas plásticas reutilizadas. A rota do comboio passou por 48 cidades do Brasil, percorrendo um total de 70 mil quilômetros nos estados de São Paulo, Minas Gerais, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul e Mato Grosso do Sul, onde estamos presentes.

A maior novidade do ano, adaptada para a pandemia, foi o lançamento do aplicativo oficial Natal Coca-Cola, idealizado para evitar aglomerações nas ruas e levar a magia da data para dentro das casas. Além de acessar todas as atrações oferecidas no app, o usuário também podia interagir com elas por meio de funcionalidades de realidade aumentada, personalizar mensagens para compartilhar, tirar fotos e assistir ao clipe e ao *making-off* do jingle natalino interpretado pelas cantoras Luíza Sonza e Lellê.





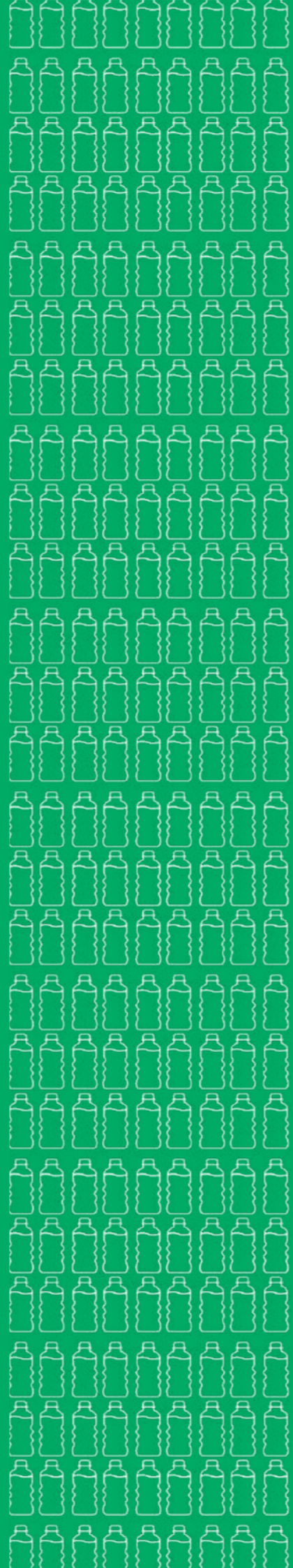


Foto tirada antes da pandemia.

# Nosso Planeta

O pilar ambiental de nossa estratégia de sustentabilidade é essencial para o funcionamento do negócio, principalmente no que diz respeito a temas como água, energia e resíduos. Ano após ano, com metodologias e tecnologias de eficiência utilizadas na produção, reduzimos o volume de recursos naturais necessários para produzir e vender nossas bebidas.

Um exemplo do nosso compromisso com o planeta é que, pelo 8º ano consecutivo, a Coca-Cola FEMSA Brasil faz parte do Índice de Sustentabilidade MILA *Pacific Alliance*, da Dow Jones, um indicador de desempenho financeiro, indexado à Bolsa de Nova York, cujas empresas listadas englobam não só fatores econômicos, como também sociais e ambientais em sua gestão. Além disso, também fomos a primeira empresa mexicana a participar da *Science Based Targets Initiative* (SBTi), que apoia organizações no mundo todo na definição de metas com base científica para reduzir suas emissões de gases do efeito estufa (GEE).

Nossa atuação também foi ampliada com o lançamento de um novo espaço, na fábrica de Itabirito, voltado para a educação ambiental.



## Lançamento do Centro de Educação Ambiental (CEA) de Itabirito

Com o objetivo de despertar consciência ambiental e levar informação relevante para nossos stakeholders locais, o CEA de Itabirito traz, de forma educativa, atividades lúdicas e interativas de sensibilização sobre o meio ambiente. Os conceitos norteadores, definidos após um diagnóstico participativo em conjunto com as comunidades, deram vida às temáticas trabalhadas em cada sala: Cidadania Ambiental, Educação, Consumo Consciente e Objetivos do Desenvolvimento Sustentável.



Com inauguração prevista para outubro de 2020, o Centro de Educação Ambiental de Itabirito está pronto, mas ainda não tem data de abertura ao público definida em função da pandemia.



## Destaques do eixo ambiental em 2020



Água

Redução para **1,43 litro** de água necessária para a produção de 1 litro de bebida

Esse volume era de 1,49 em 2017 e 1,44 em 2019



Resíduos

9 fábricas se tornaram *Zero Waste* (lixo zero), **reciclando 100%** de seus resíduos

Reciclamos **98,7%** de nosso resíduo industrial

Pioneirismo na produção de garrafas de água de 500 mL e 1,5 L com **100% de resina reciclada**

Aumento para **100%** de resina reciclada utilizada na fabricação das garrafas de refrigerante PET verdes, e **50%** nas incolores, nas fábricas de Itabirito e Jundiaí



Energia

**86%** da energia utilizada pelas unidades do Brasil é proveniente de **fontes limpas**

## ÁGUA

A água é a principal matéria-prima de nossos produtos, bem como é fundamental para a sobrevivência da Humanidade. Por isso, é de grande importância para nós fazermos o uso eficiente e garantirmos o acesso principalmente às comunidades onde temos operações. Nossa estratégia voltada para esse elemento está baseada em três frentes: mais eficiência, mais disponibilidade e mais acesso. Dentro de cada uma, temos objetivos e ações que visam a ampliar nossos impactos positivos.

Um dos maiores destaques da companhia em 2020 foi a **Água Mineral Crystal**

### A primeira garrafa de água mineral feita com 100% de PET reciclado no Brasil!

A água é produzida nas fábricas de Bauru e Mogi das Cruzes (SP). Por meio da aplicação de conceitos da Economia Circular, fomos capazes de adaptar algumas etapas de seu processo produtivo.

Falando sobre embalagem, fomos pioneiros no uso de resina plástica reciclada na produção das garrafas de água mineral de 500 mL e 1,5 L no país, fruto de ampla negociação com órgãos governamentais. Além da inovação na embalagem, todas as peças de comunicação nos pontos de venda também passam a ser confeccionadas com material reciclável. Nosso objetivo com essa reformulação geral da Crystal é: entregar água sem deixar resíduos. E, claro, as garrafas continuam sendo maleáveis e leves, reduzindo o seu peso e o volume para a coleta e diminuindo as emissões de CO<sub>2</sub> associadas ao transporte.



Quanto ao uso de água no processo produtivo, mais do que investir em melhoria contínua e eficiência hídrica nas fábricas, também estamos fechando a cadeia por meio do **projeto de neutralidade hídrica**, com o qual devolveremos toda a água utilizada na produção de Crystal para a natureza (mais detalhes sobre o projeto na próxima página).

Já do ponto de vista social, a fábrica de Mogi das Cruzes foi a primeira a lançar uma linha totalmente inclusiva, 100% operada por pessoas com deficiência, conforme já mencionamos. A equipe, responsável pela produção de Água Crystal, também foi reconhecida por operar a linha mais eficiente da companhia no Brasil



## Mais Eficiência

A companhia busca, ano a ano, reduzir o volume de água utilizado para produzir 1 litro de bebida, diminuindo assim o consumo e a perda do elemento no processo produtivo. Além disso, nossas fábricas possuem iniciativas de reúso e reaproveitamento de água, como:

Captação de água da chuva em Itabirito e Maringá

Equipamentos à base de ozônio para limpeza das linhas de produção, substituindo o uso de químicos diluídos em água, em Mogi das Cruzes

Aplicação de novas tecnologias que permitem a rinsagem das garrafas – método utilizado para validar a limpeza da embalagem – sem fazer uso de água em Itabirito e Curitiba

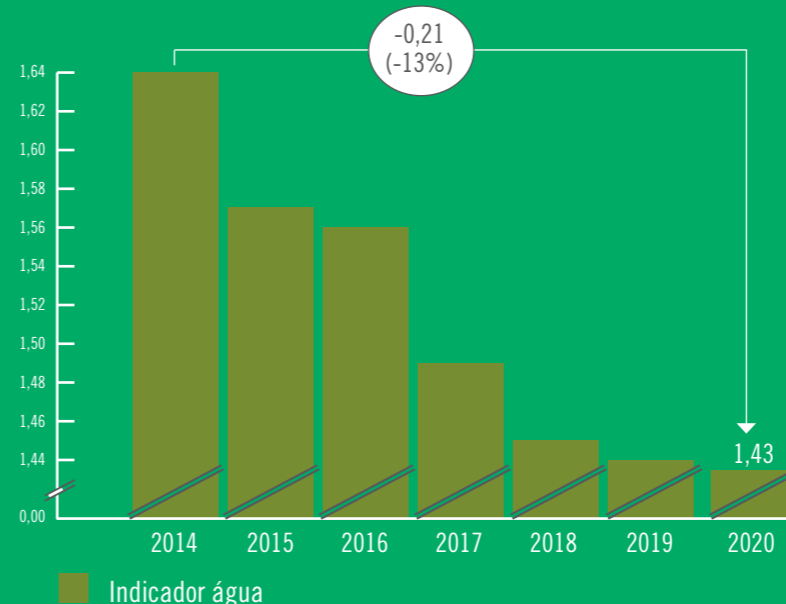
Reúso da água de rinsagem nas demais fábricas

Estações de tratamento de efluentes para reúso em Itabirito e Marília

Controle de consumo de água nas fábricas, permitindo identificar vazamentos ou situações de desperdício rapidamente para contenção e solução dos desvios

Globalmente, temos a meta de utilizar 1,5 litro de água por litro de bebida, mas desde 2017 a Coca-Cola FEMSA Brasil conseguiu superar essa meta e reduzir anualmente seu consumo. Em 2020, mesmo com as paralisações e a redução da produção nas fábricas – o que acarreta piora no indicador – conseguimos atingir 1,43 litro, uma redução de 0,21 litro desde 2014, quando o indicador apontava 1,64 litro para a produção de um litro de bebida, como exemplificado no gráfico abaixo:

### Indicador de Consumo de água histórico dos anos anteriores KOFBR (Litros de água consumida // Litros de bebida produzida)



## Mais Disponibilidade

Lançamos, em 2020, um novo projeto de **neutralidade hídrica** que visa a devolver ao meio ambiente toda a água utilizada na produção de cada unidade da Água Mineral Crystal. Implementado nas fábricas de Bauru e Mogi das Cruzes, produtoras da Crystal, a iniciativa conta com a parceria da Sociedade de Pesquisa em Vida Selvagem e Educação Ambiental (SPVS), além de um time de especialistas que iniciou o projeto realizando um diagnóstico, em outubro, que guiará o plano de ação a ser implementado em 2021.

Entendemos que, para devolver água à natureza, precisamos preservar e aumentar a capacidade de recarga e infiltração de água dos mananciais (no caso, o Médio e Alto Rio Tietê). O plano de ação poderá contar com a restauração de áreas prioritárias desmatadas e/ou a preservação de áreas verdes como processo de desmatamento evitado. Com isso, o objetivo é maximizar a infiltração de água da chuva no solo e, consequentemente, viabilizar a recarga de água subterrânea (lençol freático), que abastece nascentes. Desse modo, também é possível garantir a conservação da vegetação nativa e evitar perda de recarga em áreas naturais.

Além disso, a Coca-Cola FEMSA Brasil, em conjunto com Coca-Cola Brasil, SOS Mata Atlântica e Prefeitura de São Paulo, desenvolveu o projeto Geração + Verde, cujo compromisso é colaborar com a preservação das áreas onde o projeto acontece (detalhes sobre o projeto na próxima página).

## Mais Acesso

Unimos esforços com a Fundação FEMSA e com a Coca-Cola Brasil para apoiar os municípios com os quais interagimos. Assim, promovemos iniciativas de acesso sustentável à água, higiene, infraestrutura de saneamento e educação ambiental para o uso consciente do recurso. Em parceria com o Instituto Coca-Cola Brasil, participamos, ainda, do projeto Água + Acesso, que amplia o acesso à água de qualidade em comunidades rurais de baixa renda (mais detalhes sobre o projeto no capítulo do Instituto Coca-Cola).



## Geração + Verde

A iniciativa tem como objetivo contribuir para a estabilidade climática e a segurança hídrica do Estado de São Paulo, por meio do plantio de mudas para restauração florestal. Para tal, traçamos uma meta ousada de doar 300 mil mudas de árvores nativas da Mata Atlântica para a cidade de São Paulo e plantar outras 300 mil no interior do estado até 2020. Entretanto, com a chegada da pandemia, foi preciso suspender momentaneamente o projeto, adiando o plantio das 235 mil mudas planejadas e a doação de outras 48 mil. Com o projeto retomado no final do ano, conseguimos avançar com a plantação de 100 mil mudas de espécies nativas da Mata Atlântica no Parque Anhanguera, em São Paulo.

Estudos conduzidos pela ONG parceira SOS Mata Atlântica já demonstraram que a qualidade da água melhora em locais de maior cobertura vegetal, e é justamente por isso que a manutenção da vegetação nativa em nascentes e margens dos rios é uma das maiores preocupações para manter o fluxo de água contínuo, evitando assim a escassez.



Foto tirada antes da pandemia.

### Resultados do Geração + Verde em 2020

**100 mil**  
mudas  
plantadas

**1.000**  
mudas  
doadas

Já em 2019, os resultados foram os seguintes:

**65 mil mudas plantadas**

**152 mil mudas doadas**

Assim que possível, de acordo com as medidas sanitárias previstas, o projeto terá sua conclusão.



## RESÍDUOS

Os resíduos são um problema enfrentado no mundo inteiro. Por sermos uma empresa que utiliza o plástico como uma das matérias-primas de suas embalagens, sabemos a responsabilidade que temos de reduzir o descarte incorreto e reciclar as garrafas após o uso. Por isso, a Coca-Cola FEMSA Brasil faz parte do programa *World Without Waste* (Mundo Sem Resíduos, em português). O WWW foi lançado pela *Coca-Cola Company* em 2018 e tem como objetivo coletar e reciclar o equivalente a cada embalagem vendida até 2030.

O programa possui três pilares, que guiam a atuação e o desenvolvimento de novos projetos pelas empresas do sistema Coca-Cola. O primeiro deles é "Design", que foca no aumento do uso de matéria-prima reciclada em novas embalagens e na ampliação do portfólio de produtos com embalagens retornáveis. O segundo pilar é "Collect", voltado para uma coleta maior de materiais recicláveis. Por último, o pilar "Partner", cujo cerne é o fomento à educação ambiental e ao envolvimento de novas parcerias neste desafio.

Dentro de cada pilar, a Coca-Cola FEMSA Brasil desenvolve e planeja iniciativas que nos deixam cada vez mais perto do objetivo principal de coletar o equivalente ao que colocamos no mercado. Abaixo, detalhamos o que estamos fazendo dentro de cada um deles:

### Design:

Incrementamos, anualmente, a quantidade de resina reciclada utilizada nas embalagens. Hoje, as garrafas PET verdes são produzidas com 100% de resina reciclada, e as incolores, com 50%.

Buscamos ampliar o portfólio de produtos com embalagens retornáveis. Na categoria de refrigerantes, o volume de vendas retornáveis aumentou em 8,1%.

Reduzimos o peso das embalagens, que, conseqüentemente, acarreta a diminuição das emissões de carbono, gera menos desperdício e utiliza menos recursos em sua produção. Em 2020, atingimos uma redução de 3,5 mil toneladas nas embalagens.

### Collect:

A partir deste pilar, lançamos a **sustentaPET**, em 2019, como um projeto-piloto. Seu objetivo – como uma iniciativa que buscava dinamizar a cadeia de reciclagem do PET – era coletar 10 mil toneladas de garrafas para reciclagem. Além de termos batido a meta, conseguimos ultrapassá-la, com o total de **12 mil toneladas** coletadas em um ano.

Entretanto, mais do que uma iniciativa com foco na redução de impactos ambientais, a sustentaPET também foi estruturada pensando em potencializar o impacto social positivo da companhia.

Para isso, alguns dos seus objetivos secundários eram:

Fortalecer a reciclagem inclusiva, formalizando o trabalho de catadores de resíduos autônomos;

Atuar com saúde e segurança, garantir boas condições de trabalho para a cadeia.

Oferecer um preço mais justo de compra de material PET, incentivando a coleta do resíduo e garantindo uma remuneração acima do mercado para catadores e cooperativas.

Reforçar a corresponsabilidade quanto ao problema causado pela destinação incorreta de resíduos sólidos com autoridades, sociedade civil e setor privado.

**sustentaPET** 

Na prática, a sustentaPET compra o material PET – por um preço mais justo e acima do mercado – de catadores, cooperativas, ferros-velhos e sucateiros. Em seguida, as embalagens são separadas por cor e prensadas para ocupar menos espaço nos caminhões, transportando uma maior quantidade de cada vez até as indústrias de reciclagem, onde são vendidas. Na sequência, o plástico é triturado e transformado em resina plástica, que irá compor nossas novas embalagens, tornando-se um processo circular.



Com resultados tão positivos em seu primeiro ano de atuação, com 2 unidades de agregadoras em São Paulo, o plano para 2021 é inaugurar mais 3 unidades em Belo Horizonte, Porto Alegre e Curitiba, visando a coletar o dobro de material: 20 mil toneladas.

Apesar do sucesso do projeto-piloto, 2020 foi um ano difícil para os profissionais de coleta. Com a pandemia, os catadores saíram das ruas, as cooperativas foram paralisadas por decretos estaduais e a renda de suas famílias ficou extremamente prejudicada. Por isso, ao enxergar a gravidade da situação, a Coca-Cola FEMSA Brasil também apoiou financeiramente, via Instituto Coca-Cola Brasil, alguns dos parceiros da sustentaPET, bem como do Reciclar pelo Brasil (detalhamento do projeto nas próximas páginas).

### Partner:

Este pilar é voltado para a promoção da educação ambiental por meio de atividades com foco em conscientização, sensibilização e educação. Entre as iniciativas realizadas temos a implementação de sistemas de coleta seletiva em escolas, oficinas de educação ambiental e capacitação de educadores, campanhas de coleta de plástico e a inauguração do Centro de Educação Ambiental em Itabirito, entre outras. Confira abaixo dois projetos correspondentes ao pilar "Partner", o Minha Galera Faz Eco e RenovAção.

## Minha Galera Faz Eco

O Minha Galera Faz Eco é uma iniciativa de educação e conscientização ambiental voltado para professores e alunos do Ensino Fundamental, entre o 7º e o 9º anos, de escolas públicas e particulares. Realizado anualmente em Minas Gerais, abrange os arredores da planta de Itabirito da Coca-Cola FEMSA Brasil, nos municípios de Brumadinho, Itabirito, Nova Lima e Moeda. Em 2020, chegando à sua 5ª edição, o projeto teve como tema-chave **"O indivíduo como protagonista do meio ambiente"** e foi adaptado para uma imersão online.

Entre as atividades oferecidas estavam: uma palestra educativa ministrada pelo professor Rodrigo Rodrigues, do Canal Geo Brasil, especialista em sustentabilidade; um Ecoquiz para testar os conhecimentos adquiridos com a palestra; a Eco Missão – um desafio proposto às escolas para pensarem em soluções para problemas ambientais latentes da região; e, como encerramento, um feedback do palestrante quanto às soluções propostas. Ao final, todos os participantes receberam um certificado de participação e brindes exclusivos.



### Principais resultados em 2020:

**6**  
escolas  
participantes

**92**  
alunos  
envolvidos



Foto tirada antes da pandemia.

Em 2019, quando o tema foi "Um legado de sustentabilidade", os resultados foram os seguintes:

**13** escolas participantes

**310** alunos envolvidos

Por ser uma atividade que normalmente ocorria ao vivo nas escolas, a pandemia provocou uma queda de participação na iniciativa. Além disso, nem todas as famílias possuem estrutura em casa para a realização do ensino a distância online; sendo assim, tivemos menos aderência ainda ao projeto. Entretanto, mesmo com as dificuldades que se impuseram, optamos por dar continuidade com os alunos que demonstraram interesse em participar.

## Renovação

O projeto, realizado em parceria com a Prefeitura de Jundiaí e com a organização GAIA Social, teve seu escopo ampliado em 2020 em função da nova realidade das escolas com a pandemia. A primeira etapa foi a implementação e manutenção dos equipamentos de coleta seletiva, englobando mais seis escolas da região, totalizando 10 colégios atendidos. Além disso, investimos na formação e reciclagem de conhecimento das equipes gestoras de cada unidade por meio de oficinas sobre educação ambiental, tornando-os multiplicadores do tema. Os alunos também receberam, virtualmente, materiais educativos de sensibilização para ser agentes de mudança em suas casas.



Levando em consideração o momento delicado, apoiamos as escolas com doações de itens de higiene, para que se tornassem mais seguras para o retorno às aulas.

### Principais resultados do projeto Renovação em 2020

- Implementação de coleta seletiva nas escolas
- 13 lixeiras de 60 litros e 62 lixeiras de 23 litros
- 12 contêineres de 500 litros
- 5 vídeos educativos, com 6,2 mil alunos sensibilizados
- 30 horas de formação para 159 multiplicadores

### Doações Covid-19

- 14 totens com *dispenser* de álcool em gel, 31 termômetros infravermelhos e 10 pulverizadores elétricos

### Campanha de coleta de plástico

- 25 Big Bags de 500 kg de PET e PEAD (polietileno de alta densidade) coletados e vendidos para reciclagem, gerando renda para a escola

### Campanha de coleta de garrafas PET

- 7 escolas participantes
- 14 bags arrecadados, totalizando 220,6 kg de garrafas PET encaminhadas para reciclagem

### Mutirão de coleta no entorno das escolas

- 19,24 kg de resíduos coletados e 308 alunos envolvidos

### Em 2019, no ano de lançamento do projeto, os resultados haviam sido os seguintes

- Implementação de coleta seletiva nas escolas
- 96 lixeiras de 23 litros
- 18 contêineres de 60, 100 e 500 litros
- 50 Big Bags e 3 balanças com capacidade de 300 kg cada

## Reciclar pelo Brasil

A plataforma Reciclar Pelo Brasil foi criada em 2017, viabilizada por meio de uma parceria entre o sistema Coca-Cola Brasil e a Cervejaria Ambev. O objetivo em comum era potencializar o alcance das iniciativas de coleta e reciclagem de resíduos pós-consumo no país. Contamos com a Associação Nacional dos Catadores e Catadoras



**Aumentar o volume de resíduos recolhidos**

**Incrementar a renda dos catadores**

**Profissionalizar e regularizar o trabalho das cooperativas e organizações catadoras**

**Elevar a receita das cooperativas**



de Materiais Recicláveis (ANCAT) como entidade coordenadora da plataforma, cujos principais objetivos são:

Com a entrada de novos parceiros a cada ano, tem sido possível ampliar as atividades da plataforma e direcionar mais investimentos para as cooperativas cadastradas no Brasil inteiro.

Atualmente, considerando apenas as iniciativas em território Coca-Cola FEMSA Brasil, a plataforma conta com **102 cooperativas**, enquanto em 2019 eram 91.

Resultados de material coletado e enviado para reciclagem no território KOF BR:



**65 mil toneladas em 2020**



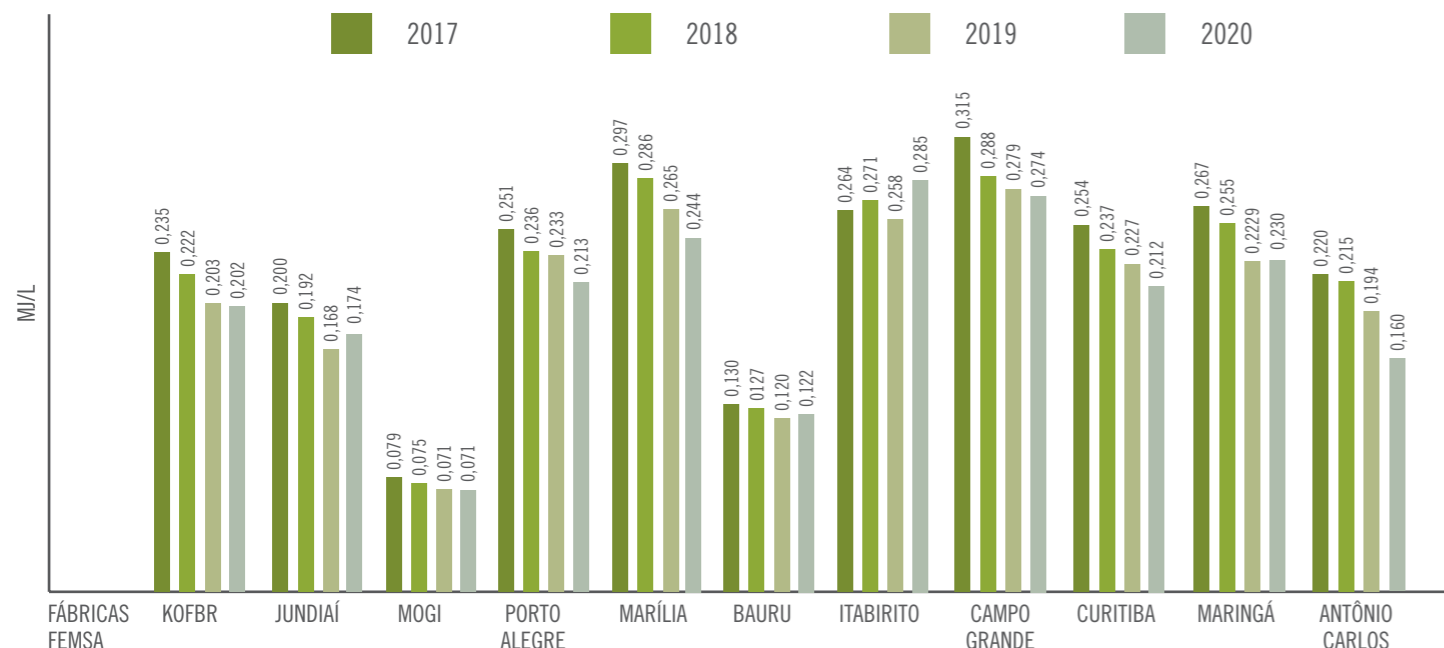
**116 toneladas em 2019**

## ENERGIA

Reduzir o gasto energético em todas as nossas operações tem sido um dos objetivos principais da Coca-Cola FEMSA em suas unidades no Brasil.

Em 2020, em função da pandemia, enfrentamos o desafio de paralisar as produções sem planejamento prévio e sem desativar as máquinas, o que gerou um gasto energético que não foi diluído entre os produtos. Em seguida, tivemos picos de produção para abastecer nossos clientes, aumentando a capacidade das fábricas. Esse tipo de variação acaba impactando nosso indicador de consumo energético, mas, ainda assim, foi possível fechar o ano com uma redução, quando comparamos com 2019. Desde 2017 o consumo vem caindo gradativamente, como ilustrado no gráfico abaixo.

### CONSUMO DE ENERGIA



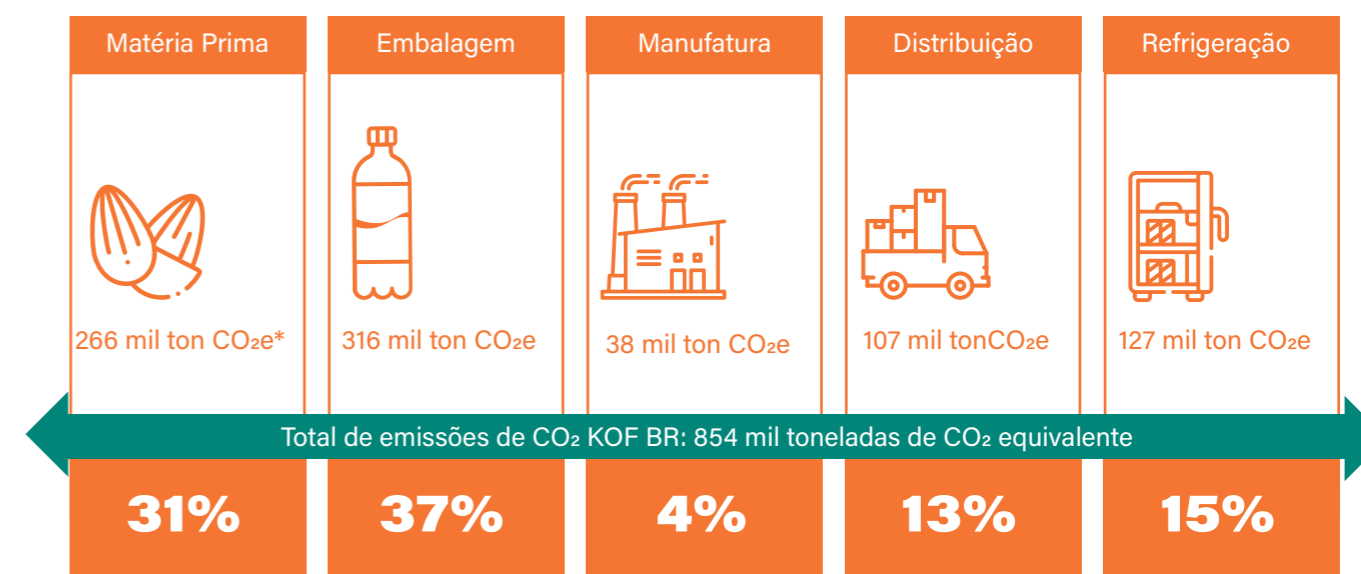
Em 2020, a nossa empresa assumiu um compromisso público a nível global com a SBTi – iniciativa que apoia organizações na definição de metas com base científica – para reduzir as emissões de gases poluentes em **50% nas operações** e em **20% na cadeia de valor** até 2030. Além disso, tal acordo também engloba o uso de energia, cujo objetivo é funcionar com 100% de energia renovável.

É do interesse da KOF BR intensificar o monitoramento do volume de emissões geradas pela companhia para avançar em direção ao cumprimento das metas definidas. Hoje, as emissões da KOF BR correspondem a 21% das emissões da Coca-Cola FEMSA a nível global. Com isso, temos grande responsabilidade com o avanço das medidas de redução.

## Compromisso público para a redução de emissões

Já demos início a campanhas de comunicação, internas e externas, para a conscientização sobre a crise climática enfrentada no mundo. Acreditamos que cada ação faz a diferença, seja ela uma pequena mudança de hábito individual ou grandes inovações implementadas no processo produtivo. Ainda, por meio das iniciativas de avaliação da gestão socioambiental dos nossos fornecedores, buscamos conscientizá-los quanto aos problemas que as mudanças climáticas representam para a humanidade e para o planeta, apoiando-os a caminharem para uma economia de baixo carbono.

### Pegada de Carbono 2020 - KOF Brasil



\*tonCO<sub>2</sub>e: toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente.



# Instituto Coca-Cola Brasil

O Instituto Coca-Cola Brasil é um parceiro antigo da Coca-Cola FEMSA Brasil, realizando projetos que visam a gerar impacto social em escala nacional. Desse modo, a prioridade traçada pela instituição é o desenvolvimento de comunidades em situação de vulnerabilidade. São duas frentes de atuação principais: empregabilidade de jovens, por meio dos projetos Coletivo Jovem e Kolabora, e acesso à água, com a iniciativa Água + Acesso.



## Coletivo Jovem

Criada em 2009, a iniciativa tem como objetivo contribuir para a empregabilidade de jovens entre 16 e 25 anos, moradores de comunidades urbanas de baixa renda, que cursam ou já concluíram o Ensino Médio. Isso se torna possível por meio de capacitações, visando à evolução profissional dos participantes, e programas de valorização da autoestima.

Normalmente, as atividades do Coletivo são presenciais, mas, em função da pandemia, em 2020, elas precisaram ser adaptadas, sendo divididas em duas frentes: Coletivo Jovem, funcionando em modelo híbrido, com atividades presenciais no início e, após as recomendações de distanciamento, adaptadas e enviadas por WhatsApp para a turma de 2020.1; e Coletivo Online, desenvolvido para ser ministrado inteiramente online, com conteúdo em vários formatos e, principalmente, assíncronos, não dependendo de conexão imediata. O WhatsApp foi escolhido como ferramenta principal em ambos os formatos, por ser um aplicativo amplamente utilizado pelo público e por ser ilimitado na maioria dos pacotes de dados das operadoras de telefonia móvel. Foi por meio do aplicativo que foram enviados os materiais de aula, tais como pílulas audiovisuais, atividades individuais, acompanhamento com os tutores etc.

coletivo  
jovem

# 1.500 jovens formados, totalizando 89 mil beneficiados desde 2009



42% de empregabilidade<sup>4</sup> na turma 2020.1

### Resultados Coletivo Jovem em território FEMSA Brasil em 2020

860 formados

3 estados e 26 municípios

67% mulheres e 33% homens

68% negros

### Resultados Coletivo Online em território FEMSA Brasil em 2020

673 formados

6 estados e 83 municípios

78% mulheres e 22% homens

64% negros

<sup>4</sup> Índice realizado por amostragem seis meses depois da formatura no projeto, e que considera alunos que estão trabalhando no momento da pesquisa, ou que trabalharam desde a formatura, sobre o total de alunos formados que tiveram interesse em procurar emprego após a conclusão.





Em 2019, tivemos 10.111 jovens formados no território FEMSA em 28 unidades do Coletivo. Por conta das dificuldades que enfrentamos com a pandemia e o pouco tempo de adaptação, o resultado consolidado de 2020 foi menos expressivo. Porém, acreditamos que, ao adaptar o programa para o módulo online, ganhamos em capilaridade e, com um tempo adequado para divulgação, poderemos ampliar o alcance do Coletivo Jovem, apoiando jovens em todo o país.

\*Número referente ao projeto completo, englobando outras empresas do Sistema Coca-Cola.

## Kolabora

Com o objetivo de ser um processo ganha-ganha, ou seja, beneficiar tanto quem recebe quanto quem oferece, o Kolabora incentiva o voluntariado e investe na empregabilidade, convidando os colaboradores considerados “talentos” a serem mentores de jovens de baixa renda. Desse modo, é possível alavancar a curva de aprendizado dos colaboradores participantes, desenvolvendo habilidades de liderança e orgulho de pertencer, bem como fortalecer a atuação da empresa junto às comunidades.

Em função da pandemia, o Kolabora teve que ser adaptado para funcionar remotamente durante o ano. Em sua nova versão, 100% online, foi possível ampliar o escopo do projeto para além da mentoria e de simulações de entrevistas de emprego, contando com a realização de cinco *lives* no Instagram complementando a formação dos jovens participantes. Alguns temas abordados foram: “Como mandar bem em processos seletivos”, “Como falar bem em público” e “Planejamento de tempo e finanças para jovens”.



### Resultados Kolabora em território FEMSA Brasil em 2020

69 voluntários da Coca-Cola FEMSA Brasil

94% participariam novamente

100% concordam que o programa contribuiu para o aprimoramento de habilidades

345 jovens beneficiados\*

## Água + Acesso

A iniciativa é resultado de uma aliança – liderada pelo Instituto Coca-Cola Brasil – com outros 16 parceiros, com o objetivo comum de ampliar o acesso à água limpa no país por meio da implementação de sistemas autossustentáveis de abastecimento de água nas comunidades atendidas. No total, o projeto está presente em 8 Estados, 86 municípios e 349 comunidades, impactando a vida de mais de 132 mil pessoas e 36 mil famílias desde 2017.

### Resultados Água + Acesso em território KOF BR 2020

1 estado, 2 municípios e 6 comunidades atendidas

6 projetos realizados, impactando 2.701 pessoas de 775 famílias

### Em 2019, os resultados do Água + Acesso foram os seguintes:

1 município e 6 comunidades atendidas

7 projetos desenvolvidos, impactando 577 pessoas e 204 famílias





FUNDACIÓN  
**FEMSA**

# Fundação FEMSA



Com 12 anos de atuação, a Fundação FEMSA tem como propósitos a promoção do desenvolvimento humano na primeira infância e o manejo sustentável da água, por meio de diversos projetos em todos os países onde está presente.

No Brasil, a iniciativa que se destaca é a “**Vamos Brincar**”, fruto de uma parceria com a Sesame, cujo objetivo é fomentar um estilo de vida ativo e saudável em crianças de 3 a 5 anos com o apoio de seus familiares e professores. Para isso, a metodologia empregada oferece capacitação para profissionais de educação das redes públicas de ensino e fortalece o diálogo entre escolas e famílias. Um dos pontos principais defendidos pelo projeto é a importância do brincar para o desenvolvimento físico e emocional das crianças.

A partir de 2020, o projeto foi ampliado e passou a ser realizado também em Mogi das Cruzes e Itu, além de Jundiaí. Dessa maneira, foi possível multiplicar de modo expressivo o público atendido e, consequentemente, seus resultados. Como o Vamos Brincar já fazia uso de muitos recursos online, a pandemia não afetou o seu funcionamento e a adaptação para um modelo 100% virtual. O projeto inovou com a disponibilização de vídeo tutoriais, coleções educativas de *cards* digitais, livros de contos, fichas de atividades para a família, podcasts com dicas de cuidado e reflexões para as crianças. Já para os professores, foram produzidos materiais de apoio para a condução das aulas online e um curso para oferecer mais autonomia e profundidade nas temáticas abordadas. Também foram contemplados diretores, coordenadores pedagógicos e equipes técnicas das secretarias de educação dos municípios.

**VAMOS!  
BRINCAR!**

### Histórico do projeto Vamos Brincar:

#### 2018 | Jundiaí

10 escolas atendidas, 93 educadores capacitados e 1.758 crianças beneficiadas

#### 2019 | Jundiaí

14 escolas atendidas, 169 educadores capacitados e 3.450 crianças beneficiadas

#### 2020 | Jundiaí, Mogi das Cruzes e Itu

41 escolas atendidas, 232 educadores capacitados e 8.376 crianças beneficiadas





## CONCLUSÃO

O ano de 2020 exigiu de todos nós uma capacidade de adaptação enorme, e, apesar de todas as perdas vividas no ano, ao final pudemos tirar bons aprendizados e enxergar grandes oportunidades de crescimento. Obtivemos conquistas e destaques importantes, como a sustentaPET, com a meta batida em seu primeiro ciclo de funcionamento; o início da Neutralidade Hídrica da Água Crystal, um marco para a história da Coca-Cola FEMSA Brasil; e a oficialização da área de Compliance.

Os desafios que se colocam à frente são inúmeros, e, pensando em sustentabilidade, com a nova estratégia traçada para 2021, esperamos promover impactos positivos cada vez mais relevantes. Entendemos nosso papel e compromisso com as comunidades dos locais onde estamos presentes e reforçamos nossa intenção de apoiá-las em seu desenvolvimento socioeconômico, mantendo o canal de comunicação aberto para o estabelecimento de um diálogo saudável.

Temos a consciência de que ainda há muito a ser aprimorado, e, para nós, o crescimento só faz sentido se for aliado à sustentabilidade. Por isso, os investimentos em iniciativas socioambientais seguem em uma crescente. Acreditamos que o futuro será feito de parcerias, colaboração, integração entre o setor privado e sociedade civil e corresponsabilização. É apenas unindo forças que conseguiremos transformar o mundo.



## Ficha Técnica

### Equipe KOF BR

Adriana Nobeschi  
Alan Vargas  
Aldry Splendor  
Ana Martins  
André Porto  
Bruna Porto  
Bruna Pineiro  
Camila Amaral  
Camila Boves  
Danielle Eigenmann  
Edilaine Oliveira  
Fabiana Macedo  
Fabiana Vasconcellos  
Fernanda Faria  
Gabriel Laisner  
Gabriela Araujo  
Gabriela Penkaitis  
Genemilton da Silva Mota Filho  
Grazielle Rocha  
Juliana Salles  
Lara Ely  
Leopoldo Paniagua  
Luis Gustavo da Silva  
Marcelo Huller  
Maria Isabel Dominguez  
Maristela Siqueira  
Matheus Leme

Mayk Allan Silva  
Mariana Santos  
Marcela Cardoso  
Paula Miti  
Robson Dias Lopes  
Roberto Sinohara  
Sinara Silva  
Wanessa Scabora  
Mayk Allan Silva  
Roberto Sinohara  
Marcelo Huller  
Maria Isabel Dominguez  
Juliana Salles  
Fernanda Faria  
Sinara Silva

### Relatório de Sustentabilidade 2020

Redação, coleta e consolidação de dados, produção e design  
Lamparina Comunicação e Sustentabilidade  
<http://lamparina-br.com/>

## Revisão Externa

Juliana Alvim

### Fotografias

Acervo Coca-Cola FEMSA Brasil  
Acervo Fundação FEMSA  
Acervo Instituto Coca-Cola Brasil



Aponte sua câmera e  
acesse nosso site!



