



RS17

Coca-Cola ANDINA

Reporte de Sostenibilidad 2017 Coca-Cola Andina
#goPaperless

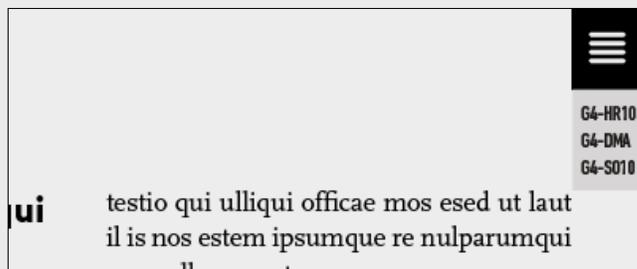
A R G B R A C H I P A R

#goPaperless



Estamos felices de contarles que nuestra Memoria Financiera y Reporte de Sustentabilidad 2017 estarán disponibles solamente en versión digital. Reducir el consumo de papel sin afectar a nuestros lectores es el desafío, entendemos que es en beneficio de todos y por eso queremos que nos acompañen en esta decisión. Podrán navegar según su interés al alcance de un click.

¿Cómo Navegar Este Reporte?



En cada esquina del documento encontrarás este ícono, presiónalo para ir al Índice de contenidos.

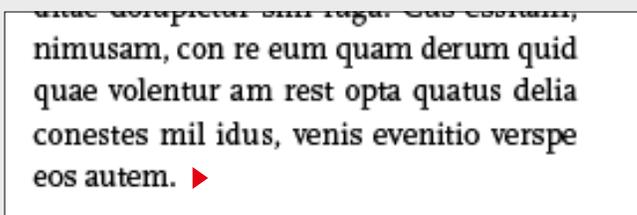
Abajo, se ordenan los Indicadores GRI asociados al contenido de cada página.



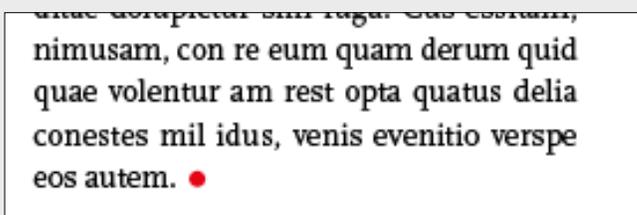
Este ícono indica que al hacer click sobre él, serás direccionado a una página web, donde podrás encontrar más información respecto del tema.



Al hacer click sobre este ícono avanzarás hasta las tablas anexas para obtener más información de la temática.



Un triángulo al final del párrafo indica que el texto continúa en la siguiente página.



El punto rojo al final del párrafo indica que el texto ha concluido.

Nos Interesa Tu Opinión

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

Te invitamos a hacernos llegar tus sugerencias, dudas o cualquier comentario vinculado a este Reporte de Sustentabilidad o nuestro trabajo en Coca-Cola Andina al correo:

andina.ir@koandina.com, como a las oficinas de nuestras operaciones.

Para mayor información sobre este Reporte o para ver nuestros reportes anteriores ingresá en:

www.koandina.com

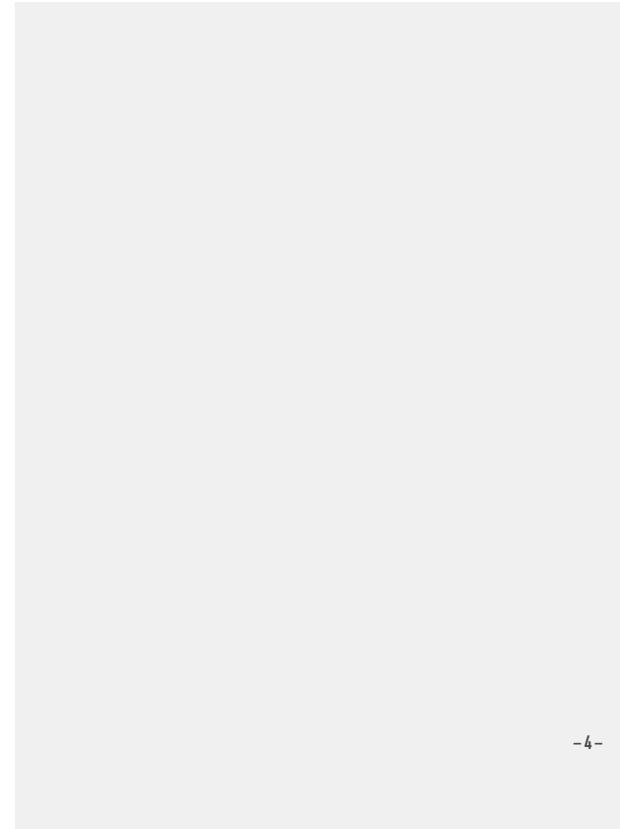
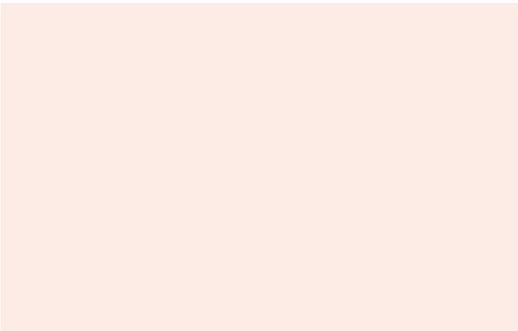
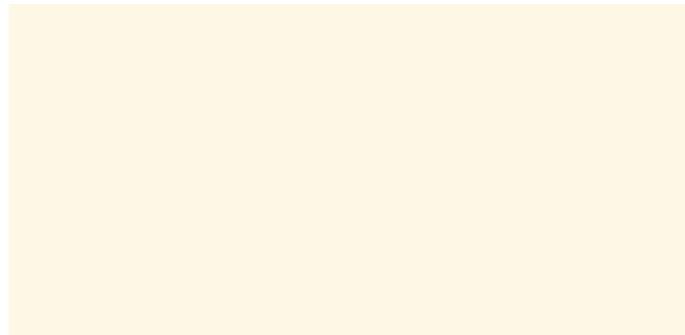
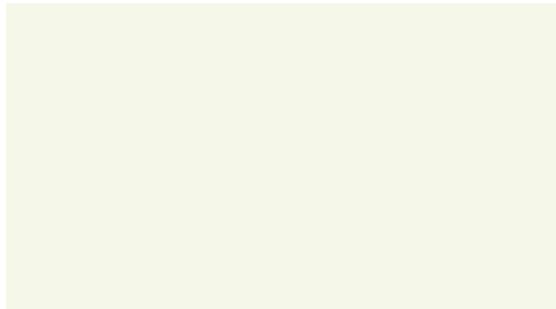
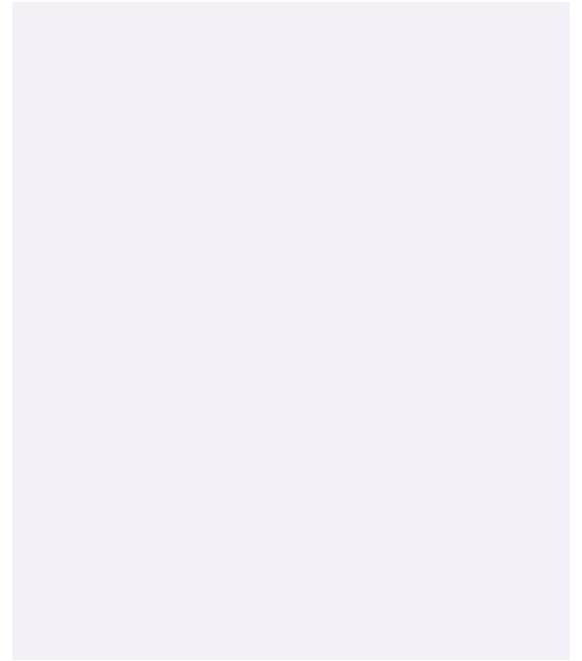
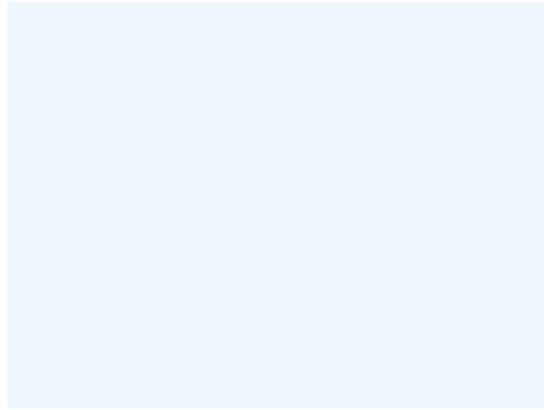
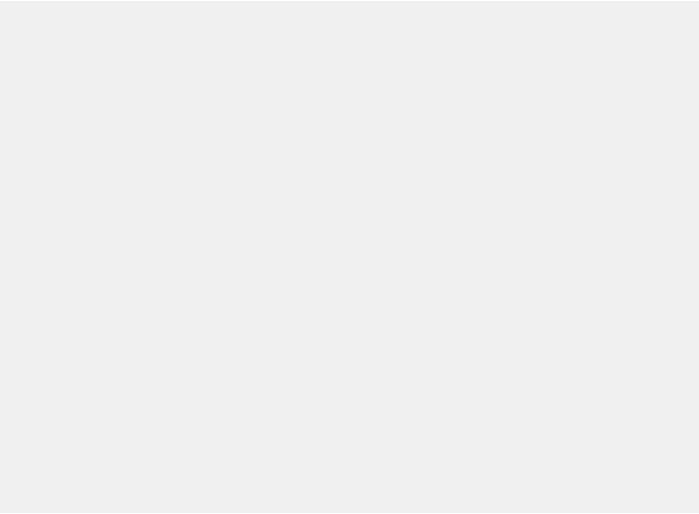
Coca-Cola **ANDINA**

Identificación de la Sociedad
Embotelladora Andina S.A.

Sociedad Anónima Abierta
RUT: 91.144.000-8

Domicilio:
Miraflores 9153, Comuna de Renca, Santiago de Chile.

Índice de Contenidos



Mensaje del Presidente del Directorio

En representación del Directorio que presido tengo el agrado de poner a su disposición la Memoria Anual, el Reporte de Sostenibilidad y los Estados Financieros correspondientes al ejercicio 2017.

En el año 2017 **mostramos resultados financieros positivos en las cuatro operaciones de la Compañía**, a pesar del complejo escenario macroeconómico al que se vieron enfrentados los países en que operamos. Dichos resultados son el fruto de una constante revisión de nuestra estrategia de precios y empaques, que nos ha permitido lograr beneficios en cada uno de nuestros mercados, junto a una búsqueda continua de mejora en la eficiencia de nuestros procesos.

Nuestra **operación en Argentina** cerró el año con ventas netas de Ch\$553.788 millones, un crecimiento de 7,1% respecto del año anterior. El volumen de venta se redujo 3,4% lo que se explica principalmente por factores macroeconómicos. Por su parte,

el EBITDA generado por la Compañía en Argentina alcanzó Ch\$79.471 millones, creciendo 11,5% respecto del año anterior. El margen EBITDA mostró una expansión de 56 puntos base, llegando a 14,4%.

Nuestra **operación en Brasil** cerró el año con ventas netas de Ch\$603.898 millones, un crecimiento de 2,3%, explicado por el efecto positivo de la apreciación del real respecto del peso chileno en la consolidación de cifras a la moneda de reporte y por aumentos de precios, lo que fue parcialmente contrarrestado por la reducción de 6,5% de los volúmenes de venta. La economía en Brasil continúa muy débil, en especial en el Estado de Río de Janeiro, lo que afecta la demanda por nuestros productos. El EBITDA generado por la operación alcanzó Ch\$111.690 millones, un aumento de 15,2% respecto del año anterior. El margen EBITDA alcanzó 18,5%, su nivel más alto en 7 años, expandiéndose 207 puntos base.



En el año 2017 mostramos **resultados financieros positivos** en las **cuatro operaciones de la Compañía**, a pesar del **complejo escenario macroeconómico** al que se vieron enfrentados los países en que operamos.

Las ventas netas de nuestra **operación en Chile** fueron Ch\$551.873 millones, un aumento de 2,1%, a pesar de la reducción de 0,5% del volumen de venta. El EBITDA de la operación chilena llegó a Ch\$115.579 millones, 2,7% sobre el año anterior, y el margen EBITDA alcanzó 20,9%, una expansión de 13 puntos base.

El volumen de nuestra **operación en Paraguay** mostró un crecimiento de 4,8%, explicado en parte por una ganancia de 120 puntos base en la participación de mercado, además de la reactivación del comercio de frontera. Las ventas netas alcanzaron Ch\$141.277 millones, un crecimiento de 7,0%. El EBITDA generado fue Ch\$36.370, un crecimiento de 2,9% y el margen EBITDA fue 25,7%.

De esta forma, si bien durante el presente ejercicio el volumen consolidado de venta alcanzó 756,3 millones de cajas unitarias,¹ lo que representó una reducción de 2,9% al comparar con el año anterior, las ventas

consolidadas de la Compañía alcanzaron Ch\$1.848.879 millones, lo que representa un crecimiento de 4,0% respecto de 2016. Estas fueron impulsadas por el crecimiento de las ventas netas en todas nuestras operaciones y el impacto positivo de la apreciación de 4,9% del real respecto del peso chileno, y fueron parcialmente contrarrestadas por el impacto negativo de la depreciación de 14,5% del peso argentino respecto del peso chileno. **El EBITDA consolidado de la Compañía alcanzó los Ch\$337.890 millones, un aumento de 8,6% respecto del año anterior, con lo que el margen EBITDA fue 18,3%, una expansión de 78 puntos base.** Finalmente, la utilidad atribuible a los controladores de la Compañía fue Ch\$117.836 millones, un crecimiento de 30,2%. Los dividendos repartidos por la Compañía durante 2017 alcanzaron Ch\$75.536 millones, aumentando 11,8% respecto del año anterior.

Con el objetivo de capturar las múltiples oportunidades y desafíos que cada uno de los mercados en que operamos nos ofrece, nos hemos enfocado en **continuar desarrollando nuestro portafolio, acompañando las necesidades de nuestros consumidores.**

Hemos continuado trabajando en el **desarrollo de la categoría de gaseosas, enfocándonos en los productos bajos en calorías, sin azúcar y reducidos en azúcar**, donde somos referentes y líderes. Un claro ejemplo de esto fueron las reformulaciones de Fanta y Sprite que llevamos a cabo en Chile a finales de agosto de 2017, lo que implicó no solo una optimización de costos, sino también que ambos productos se incorporen al ya amplio portafolio de productos de bajas calorías que hemos

venido desarrollando. Adicionalmente, en los últimos dos años en Chile hemos reformulado 32 productos y actualmente el 65% del portafolio está compuesto por productos bajos y sin calorías. Por otro lado, en todas nuestras franquicias llevamos a cabo el lanzamiento de la campaña Full Red de Coca-Cola, refrescando la imagen de la familia de productos de Coca-Cola trademark, y comenzando a servir el mercado con Coca-Cola Sin Azúcar. Este es un producto único, que mantiene el sabor original de Coca-Cola, lo que nos permite acompañar la elección de las personas que desean seguir disfrutando del sabor de la Coca-Cola original, pero sin azúcar.

Adicionalmente, **profundizamos el portafolio de consumo inmediato**, lo que potencia las transacciones de nuestros productos, capturando así volumen rentable e incrementando la oferta de sabores y categorías a los consumidores en nuevas y diversas ocasiones para disfrutar nuestros productos, como son deportes, entretenimiento, oficinas, etc., liderando y refrescando a los consumidores en nuevos estilos de vida. De esta forma, si bien el volumen consolidado de la Compañía se redujo un 2,9% respecto del año 2016, las transacciones consolidadas lo hicieron 2,1%, lo que es una clara muestra que iniciativas como el lanzamiento de las nuevas latas de 220 cc en Chile y Brasil, así como las latas de 250 cc en Argentina, desde finales de 2016, han tenido el impacto que esperábamos.

Por último, **continuamos en la senda de ampliación de nuestro portafolio de productos de bebidas no carbonatadas**, reafirmando nuestro compromiso con esta línea de negocios que tiene un gran

1. Caja Unitaria o "CU", equivale a 5,678 litros

Volumen



Ventas



EBITDA



potencial de crecimiento. Este año 2017 comenzamos la distribución de productos Ades® en nuestras cuatro franquicias y en enero de 2018 firmamos un contrato de compraventa de Guallarauco*. Ades® es una bebida en base a soja, lo que nos abre nuevas oportunidades de desarrollo de portafolio en el segmento de bebidas derivadas de proteínas vegetales. Por su parte, Guallarauco es una compañía líder del segmento de jugos premium en Chile, y además nos permitirá, incorporar nuevas categorías como son las frutas congeladas, helados y postres preparados.

Junto al desarrollo de portafolio, hemos **continuado la búsqueda de eficiencias en todos nuestros procesos**, enfocándonos en aquellos de producción y logística. **Nuestra nueva planta en Duque de Caxias**, que comenzó a operar a comienzos de 2018 en Brasil, y que contempló una inversión de aproximadamente US\$110 millones, es un claro ejemplo de esto. La nueva planta agregará aproximadamente un 30% a la capacidad instalada que hoy tenemos en ese país, nos permitirá más que duplicar la capacidad instalada que tenemos de empaques retornables, y además podremos comenzar a servir el mercado de agua mineral con agua embotellada en Rio de Janeiro. También nos ayudará a estar más cerca de nuestros clientes de la zona noreste de Rio de Janeiro, mejorando así nuestro nivel de servicio. Cabe mencionar que este proyecto, que involucró el compromiso y trabajo de muchos de nuestros colaboradores en Brasil, se realizó cumpliendo los más altos estándares de construcción y en su totalidad bajo el concepto LEED, certificación de edificios sostenibles, desarrollado por el Consejo de la Construcción Verde de Estados

Unidos. Adicionalmente, la construcción de esta planta estuvo atada a un extenso y completo plan de gestión medioambiental y de trabajo con la comunidad, logrando finalizar así un exitoso proyecto productivo, eficiente y sostenible.

Entre otros proyectos de eficiencia y productividad de los procesos, estamos iniciando proyectos innovadores para Sudamérica, como es la instalación de los **primeros docks de carga y descarga automática de camiones en Chile**, con tecnología europea que nos brindará productividad y velocidad de respuesta a las necesidades de abastecimiento a centros de distribución y clientes. Esperamos consolidar este proyecto durante 2018.

En línea con el **compromiso del desarrollo sostenible de nuestro negocio**, hemos liderado numerosas iniciativas en materia de sustentabilidad en todos los países en que operamos. Uno de los ejes de la estrategia de sostenibilidad se relaciona con la disminución de la generación de residuos, tema que es cada día más relevante en las comunidades donde operamos. De esta forma, hemos continuado trabajando en la reducción del gramaje de nuestros empaques, siendo un ejemplo de ello el lanzamiento de Vital ecoflex en diciembre de 2017 en Chile, lo que nos permitirá reducir en un 30% la cantidad de resina que utilizan nuestras botellas de agua mineral, lo que equivale a una reducción en el mercado de más de 217 toneladas anuales de plástico.

Adicionalmente, hemos liderado diversas acciones de postconsumo, donde el trabajo con las cooperativas y recicladores de base demuestra el sólido compromiso de nuestra

Nos hemos enfocado en **continuar desarrollando nuestro portafolio**, acompañando las **necesidades de nuestros consumidores.**

Compañía con la comunidad y el medio ambiente. Llevamos a cabo programas de este tipo en Brasil, Argentina y Chile, los que no solo buscan el reciclado de nuestros envases de postconsumo, donde logramos recuperar más de 4 toneladas anuales de plástico, sino que también hacerlo de manera inclusiva.

La gestión de la energía es otra de nuestras preocupaciones constantes. Este 2017 continuamos las inversiones en equipos de frío más eficientes en los 4 países en que operamos, lo que permite un ahorro de energía para nuestros clientes de más del 30%. Además, en la planta de Renca y en los principales centros de distribución

* Transacción sujeta al cumplimiento de ciertas condiciones suspensivas, dentro de las cuales se encuentra su aprobación por parte de las autoridades de libre competencia chilenas.

Gracias al **compromiso** con la **generación sostenible** de **valor económico, social y ambiental** de todos quienes formamos parte de Coca-Cola Andina, **importantes y reconocidos índices a nivel mundial** han **incorporado las acciones** de la **Compañía** en sus **índices de sostenibilidad**.

en Chile instalamos 2.000 luminarias LED que reducirán las emisiones en 1.224 toneladas de CO₂/año.

En Paraguay se desarrollaron innovadores programas relacionados a la gestión del agua. Uno de ellos está asociado a buenas prácticas agrícolas, e implicará por los siguientes dos años la capacitación de 300 agricultores, para asegurar una mejor infiltración de agua a la reserva del Bosque Mbaracayú y su acuífero, posibilitando el desarrollo de comunidades cuya economía depende del agro y del ganado. Otro proyecto que lideramos dio acceso a agua potable a 40.000 personas de 45 comunidades.

En el 2017 continuamos trabajando en el **fortalecimiento de nuestro Gobierno Corporativo**, incorporando herramientas que nos permitan desarrollar una cultura ética y con un enfoque en la sostenibilidad. Ejemplos de esto hay muchos, destacando la implementación de un modelo de gestión de riesgos y la formación del Comité de Cultura, Ética y Sustentabilidad.

Gracias al compromiso con la generación sostenible de valor económico, social y ambiental de todos quienes formamos parte de Coca-Cola Andina, importantes y reconocidos índices a nivel mundial han incorporado las acciones de la Compañía en sus índices de sostenibilidad. Un ejemplo de estos son el Dow Jones MILA, DJSI Chile, el FTSE 4Good Emerging Index y el Vigeo Eiris Emerging 70 Ranking. Este tipo de índices son utilizados por una amplia gama de inversionistas para crear y evaluar

fondos de inversión responsables, y el ser parte de ellos nos refuerza que vamos en la dirección correcta.

Adicionalmente hemos recibido reconocimientos de reputación de marca, como MERCO en Chile e importantes distinciones a la labor que realiza el equipo de Relación con Inversionistas, como el de ALAS20 al mejor equipo de Relación con Inversionistas de Chile, por segundo año consecutivo, entre otros.

En línea con nuestro esfuerzo constante por mejorar la comunicación con el mercado financiero y al mismo tiempo reducir la generación de residuos, la comunicación de esta Memoria Anual y el Reporte de Sostenibilidad 2017 se realizará 100% digital, e incorporaremos nuevas herramientas para la difusión correcta y oportuna de la información financiera de la Compañía al mercado y la comunidad de accionistas, inversionistas y analistas de la Compañía.

Podrán encontrar en estas páginas más detalles para entender cómo nuestra empresa está enfrentando los desafíos que tenemos, con la fortaleza de la marca Coca-Cola, el foco en la innovación y un grupo de colaboradores comprometidos para crecer de forma sostenible.

Agradezco la confianza de nuestros accionistas, de los más de 16.000 colaboradores de la Compañía y de todas las personas involucradas en esta gran familia a la que llamamos Coca-Cola Andina.

Juan Claro González
Presidente del Directorio

Sustentabilidad, Ejes de Nuestra Gestión

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

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

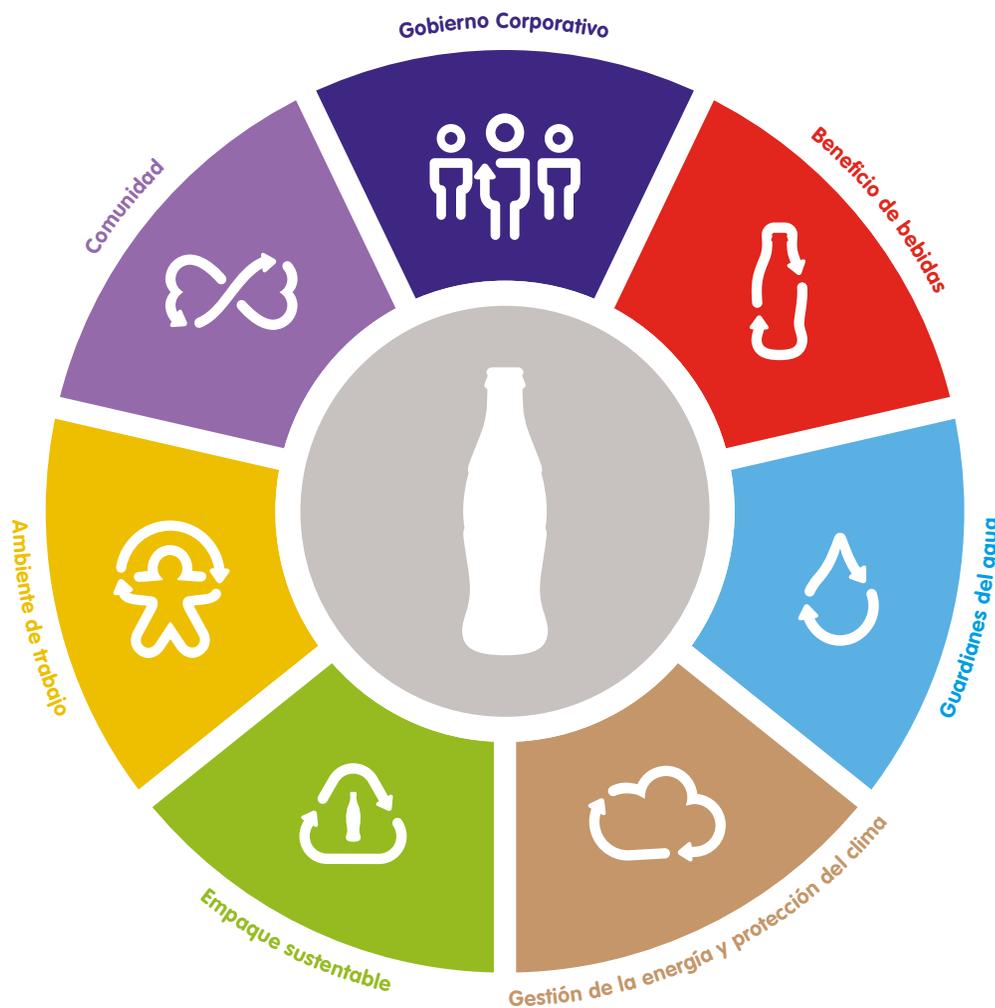
En el marco de nuestro proceso de mejora permanente se analizan continuamente los riesgos y oportunidades del negocio en toda su cadena de valor, lo que permite elaborar la estrategia, formular objetivos, metas e indicadores. La medición y el rendimiento de cuentas es una etapa fundamental, clave y muy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

Ejes de Nuestra Gestión de Sustentabilidad

La definición de nuestros pilares se elabora a partir de los lineamientos de The Coca-Cola Company, como así también de los relevamientos realizados a nuestros públicos de interés. De esta manera les comunicamos que el eje "Vida activa y saludable" no continuará como tal, sino que todas las propuestas de valor relacionadas a los

estilos de vida de nuestros consumidores se canalizarán a través de nuestro eje de "Beneficio de bebidas". Éste propone ser innovador y estar atento a cada necesidad de nuestros consumidores, ofreciendo un portafolio de bebidas diverso para disfrutar en cada oportunidad. Continuamos acompañando actividades deportivas con nuestras marcas y campañas internas para distintos eventos, siempre bajo nuestros principios de marketing responsable.

Sumamos además un nuevo eje llamado "Gobierno corporativo", ya que estamos convencidos de que es el corazón de la Compañía y de su importancia para el buen funcionamiento de todos nuestros procesos. Este eje busca la ética y transparencia de la operación como así también la implementación del principio de precaución. En este contexto, lanzamos nuestro Modelo de Gobierno Corporativo que define los objetivos, alcances, herramientas de gestión e instancias de evaluación, para garantizar la mejora continua de un tema que se construye desde la propia cultura de la Compañía. ●



Una Compañía, un Solo Equipo

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



En Coca-Cola Andina producimos y distribuimos los productos licenciados por The Coca-Cola Company en Argentina, Brasil, Chile y Paraguay, en territorios franquiciados que atienden a casi 52 millones de habitantes. Nos posicionamos como el 2° embotellador de Coca-Cola en América del Sur y estamos entre los tres mayores de América Latina. Somos el único productor de gaseosas de Coca-Cola en Paraguay, el segundo mayor productor en Brasil y el mayor productor en Chile y Argentina.

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

Distribuimos cervezas en Brasil y en el sur de Argentina, y licores en el sur de Chile. En Argentina y Chile fabricamos botellas PET para envasado de gaseosas y REF PET*

en sus distintos formatos para nuestras operaciones y venta a otros embotelladores.

Este año se incorporó al Sistema Coca-Cola AdeS®, una bebida a base de proteína vegetal comercializada actualmente en México, Colombia, Brasil, Argentina, Chile, Uruguay, Paraguay y Bolivia. Esta adquisición es el más reciente avance dentro de nuestro esfuerzo constante para expandir nuestro portafolio de bebidas funcionales, de alta calidad y gran sabor para nuestros consumidores.

"Junto a The Coca-Cola Company estamos muy contentos de anunciar la integración de AdeS® a nuestro portafolio, en nuestra zona de franquicia. Esta es una bebida en base a proteína vegetal, lo que nos abre nuevas oportunidades de desarrollo de portafolio. La incorporación de este tipo de productos está en línea con nuestra estrategia de servir a nuestros consumidores en el amplio y

creciente portafolio de bebidas listas para consumir que se irá desarrollando a nivel mundial. Estamos seguros que incorporaremos con éxito este nuevo producto a nuestro portafolio, apalancándonos en nuestra extensa red de distribución, que alcanza a más de 52 millones de consumidores en los cuatro países en que operamos, mercado que servimos a través de más de 259 mil clientes", aseguró Miguel Ángel Peirano, Vicepresidente Ejecutivo de Coca-Cola Andina. ●

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

Alcance de la Operación

Nuestras Operaciones	 Embotelladora del Atlántico S.A. / Andina Empaques Argentina S.A.		 Río de Janeiro Refrescos Ltda.		 Embotelladora Andina S.A. / Vital Jugos S.A. / Vital Aguas S.A. / Envases Central S.A.		 Paraguay Refrescos S.A.	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017
Km2 de extensión de la franquicia (miles)	1.892	1.892	165	165	398	398	407	407
Habitantes franquicia (millones)	13,9	13,9	21,9	21,9	9,5	9,5	6,9	7,0
Clientes (miles)	64	66	79	89	63	65	53	57
Cajas unitarias - volumen de ventas (total millones)	219	211	266	249	232	231	62	65
Participación en el mercado de gaseosas	61,6%	62,3%	63,4%	63,2%	68,2%	67,5%	67,7%	68,9%
Participación en el mercado de jugos y otros	33,3%	35,2%	47,0%	44,6%	35,3%	35,7%	41,4%	43,2%
Participación en el mercado de aguas	14,5%	16,3%	8,2%	10,7%	42,9%	41,2%	44,5%	33,4%
Trabajadores	3.328	3.247	7.918	7.780	3.485	3.419	1.527	1.580
Plantas embotelladoras	3	3	2	2	4	4	1	1
Otras plantas	1	1	0	0	0	1	0	0
Centros de distribución	23	45	16	16	17	17	3	4
REGIONES ALCANZADAS	San Juan, Mendoza, San Luis, Córdoba, Santa Fe, Entre Ríos, La Pampa, Neuquén, Río Negro, Chubut, Santa Cruz, Tierra del Fuego y oeste de la provincia de Buenos Aires.		Parte de los estados de Río de Janeiro, São Paulo y Minas Gerais y el estado de Espírito Santo.		Antofagasta, Atacama, Coquimbo, Región Metropolitana, San Antonio, Cachapoal, Aysén y Magallanes.		Todo el territorio paraguayo	

SOMOS EL
2º
EMBOTELLADOR
DE COCA-COLA
EN AMÉRICA DEL SUR

TENEMOS
PRESENCIA EN
4 PAÍSES,
ARGENTINA, BRASIL,
CHILE Y PARAGUAY

ENTREGAMOS MÁS DE
756
MILLONES DE LITROS
DE BEBIDA EN 2017

OBTUVIMOS MMUS\$
2.386
INGRESOS NETOS
EN 2017

MÁS DE
16.064
COLABORADORES
INTEGRAN NUESTRA
FAMILIA

CONTAMOS CON
82
CENTROS DE
DISTRIBUCIÓN

ALCANZAMOS
275.984
CLIENTES

Mercado

- 756 millones de cajas unitarias (UC) en ventas.
- 2.862 Km² extensión de franquicia.
- Más de 38 marcas.
- 22% portafolio de productos bajo o cero calorías.
- 31% marcas con ingredientes nutricionales y aportes de minerales.
- 38,5% ventas en formatos retornables.
- 1.259 horas de capacitación a clientes.
- Brindamos información nutricional clara y precisa.

Ambiente de trabajo

- 230.235 horas de capacitación invertidas en 2017.
- 221.146 MMCL\$ pagados en salarios y beneficios sociales a empleados.
- 100% de los colaboradores cubiertos por convenios colectivos.
- 69% de favorabilidad en la Encuesta de Clima Laboral 2017.
- 220 personas con desventajas sociolaborales son parte de nuestros equipos de colaboradores.
- El 10% de nuestros colaboradores son mujeres.

Medio ambiente

- Ejecutamos programas de reciclado inclusivo en Argentina, Brasil y Chile.
- 236 toneladas de PET reducidos en 2017.
- 7.360 toneladas de plástico PP reciclado utilizado en nuestras materias primas.
- 4.503 toneladas de vidrio reciclado utilizado en nuestras materias primas.
- Empleamos insumos de endulzantes libres de GMO (organismos genéricamente modificados) y con certificación Bonsucro.
- 100% de las aguas residuales de nuestras plantas son tratadas y aptas para la vida humana.
- Reciclamos el 85% de los residuos sólidos que generamos en toda la Compañía.
- Invertimos 22 MMUS\$ Inversión en nueva tecnología que reduce el consumo de energía.

Comunidad

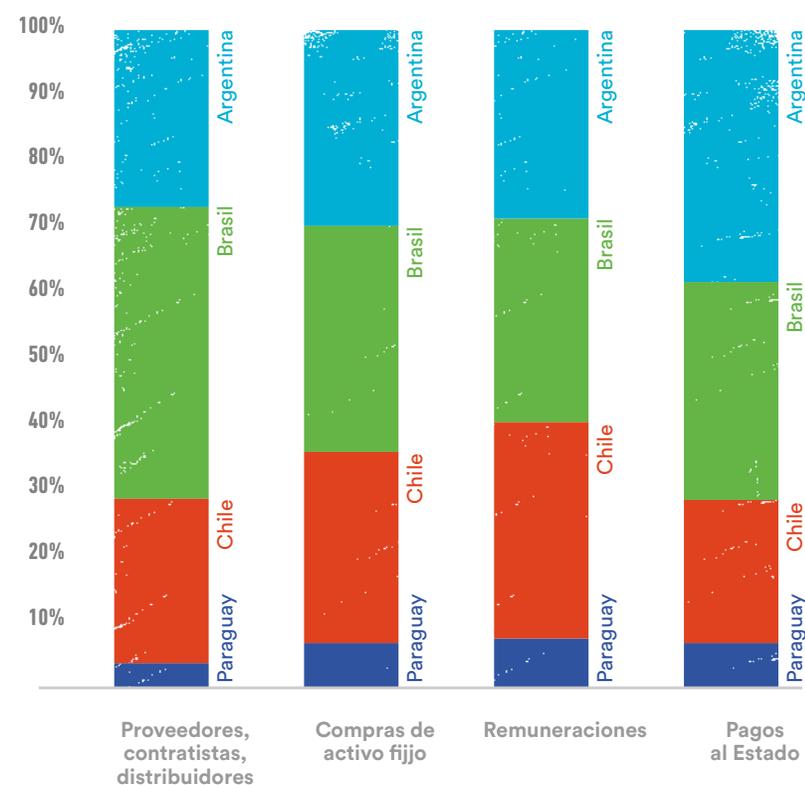
- 357.480 MMCL\$ pagados en impuestos en el último año.
- Contamos con 9.940 proveedores, 95% de ellos locales.
- El 41% de nuestras ventas son a pequeñas y medianas empresas (Pymes), quioscos, almacenes y autoservicios.
- Promocionamos nuestros productos responsablemente. No dirigimos publicidad a niños y niñas menores de 12 años.

Nuestro Desempeño Económico 2017

CREACIÓN DE VALOR ECONÓMICO - SUSTENTABILIDAD Para el Periodo de 12 Meses del 2017

Valor económico generado	Miles de CL\$
Ingresos percibidos: Incluye las líneas del FC: cobros por ventas de bienes y servicios + otros cobros de la operación	2.388.420.701
Ventas de activos fijos y otros: Incluye las líneas del FC: cobros de ventas de activo fijo y pérdida en control de subsidiarias	99.421
Subtotal	2.388.520.122
Efecto neto de actividades de financiamiento: total de actividades de financiamiento del FC excluido los dividendos pagados	-1.921.551
Total valor económico generado	2.386.598.571
Valor económico distribuido	
Proveedores, contratistas, distribuidores	-1.551.438.574
Compras de activo fijo e intangibles	-180.478.073
Remuneraciones	-221.146.637
Pagos al estado (1)	-357.480.887
Pagos de dividendos	-74.968.175
Inversión social (2)	-303.056
Total valor económico distribuido	-2.385.815.402
FLUJO NETO TOTAL DEL PERÍODO (*)	783.168

Valor Económico Distribuido por País



DETALLES ADICIONALES

Pagos al Estado (1)	Miles de CL\$
Por impuesto a la renta	38.623.902
Por derechos de aduana	4.302.140
Por impuesto al valor agregado (IVA) neto pagado	265.420.258
Por contribuciones de bienes y raíces	1.548.586
Por impuesto gasto rechazado	146.085
Por impuesto al crédito financiero	210.927
Por pagos de servicios en el exterior	2.169.673
Por pagos de patentes comerciales e industriales	281.933
Menos franquicias y créditos tributarios	-2.503.866
Otros: 1.- Impuestos internos	33.529.706
2.- Impuesto sobre los debitos y créditos	7.623.355
3.- Impuestos a los ingresos brutos y contribuciones	6.128.188
Total	357.480.887

Inversión Social (2)	Miles de CL\$
Reparación de puentes y control de aguas lluvias	14.283
Obsequio de bebidas	172.142
Aportes ONG	40.759
Otros obsequios	51.567
Otros	24.305
Total	303.056

Sanciones y multas	Miles de CL\$
Pago de juicios	40.221
Pagos multas Seremi y laborales	603.848
Total	644.069

Nuestra Cadena de Valor

Somos parte del Sistema Coca-Cola y nos sentimos orgullosos por eso. Como embotelladores operamos siguiendo sus estándares de clase mundial y nos relacionamos con una extensa cadena de valor regional, promoviendo vínculos mutuamente beneficiosos que permitan crear valor compartido y operaciones cada vez más sustentables.

Los riesgos en la cadena de valor son totalmente gestionados por las gerencias de abastecimientos de cada país, sobre la base de políticas corporativas y el permanente relacionamiento e intercambio con cámaras industriales. Se contemplan aspectos como fraude, prácticas comerciales, derechos humanos y riesgo de sostenibilidad.

Comprometidos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, trabajamos con la cadena de valor para colaborar con:



Objetivo 3: Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.



Objetivo 4: Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.



Objetivo 6: Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.



Objetivo 8: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.



Objetivo 10: Reducir la desigualdad en y entre los países.



Objetivo 11: Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.



Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.



Objetivo 15: Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad.



Objetivo 16: Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas.



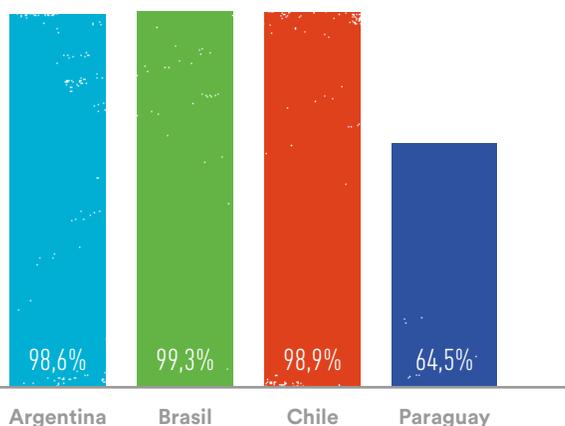
Objetivo 17: Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.

95%
DE PROVEEDORES
NACIONALES

CANTIDAD DE
PROVEEDORES 2017
9.940

VALOR ECONÓMICO
DISTRIBUIDO: MMCL\$
1.551.438
(PROVEEDORES; CONTRATISTAS
Y DISTRIBUIDORES):

Gasto en Proveedores Nacionales



Análisis de Riesgos del Negocio, Estrategia y Anticipación

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



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

Bajo nuestra política de Administración de Riesgos tenemos implementados procesos y herramientas que nos permiten garantizar la seguridad del negocio y la calidad de nuestros productos. La construcción de las nuevas matrices se realizó buscando la participación de áreas expertas y el benchmarking entre los distintos países. Esta nueva metodología, validada por terceros, permite la construcción colaborativa y elevar los estándares de controles. Dentro de cada matriz se incluyen riesgos por procesos

que contemplan los distintos públicos de interés en su relación con la Compañía.

El Directorio continúa siendo el principal responsable de salvaguardar el valor de la Compañía de pérdidas potenciales, promover la cultura de GCR (Gestión Corporativa de Riesgos) en la organización, conocer y comprender los riesgos relevantes que puedan afectarla, aprobar la estrategia y lineamientos generales de la GCR, monitorear el funcionamiento continuo de los procesos de GCR reportados por el Comité de Riesgos.

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

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

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

El Sistema de Gestión Integrado, donde se encuentran las matrices de riesgo del cumplimiento legal, impacto ambiental, seguridad y salud ocupacional, se integró a la administración de riesgo de Coca-Cola

Andina. El resultado que surge de la revisión anual del riesgo es material de ingreso para el área de Auditoría, que verificará la efectividad de los planes de mitigación descriptos por las operaciones.

Los principales riesgos y oportunidades detectadas en el proceso fueron: estandarizar procesos en base a la mejor práctica en la relación con nuestros contratistas, dejar registro de eventos que colaboren a evaluar los riesgos, fortalecer la cultura de riesgo y hacer un relevamiento a públicos de interés sobre temas económicos, sociales y ambientales que evidencie la concordancia con nuestra información pública y su interpretación. ●

Para mayor información puede acceder al Formulario F20 2014 - Riesgos Relativos a Nuestra Sociedad (páginas 10 a 28).



—DANIELLE KASSOUF, GERENTE DE CONTROLES INTERNOS

La Gestión de Riesgo, el Eslabón Fundamental del Gobierno Corporativo

A lo largo de 2017, Coca-Cola Andina siguió robusteciendo su política para el análisis, anticipación y mitigación de posibles riesgos a través de acciones que contribuyen a garantizar la excelencia en la gestión y salvaguardar los intereses de la Compañía; conscientes de que edificar una cultura de prevención requiere una actitud colectiva. El caso de Brasil en esta nota.

La Gestión de Riesgo siempre ha sido un tema fundamental de interés para Coca-Cola Andina en el marco del propósito por lograr un buen gobierno corporativo capaz de implementar políticas, regulaciones y controles internos que aseguren la protección de los intereses de la Compañía, los accionistas y grupos de interés; la creación de valor y el uso eficiente de los recursos.

En este sentido, la Administración y Gestión del Riesgo está incluido dentro del Modelo de Gobierno Corporativo de la organización, el cual marca un horizonte claro hacia dónde dirigirse.

Esta armonización busca fortalecer la estructura de la Compañía, monitorear riesgos y adoptar políticas para prevenirlos, cumplir con las normas y regulaciones vigentes para operar de acuerdo con las disposiciones legales; y tener una visión global sobre la gestión, lo que repercute en un mayor control y confiabilidad de la información para facilitar la toma de decisiones.

Este enfoque de gestión de riesgos alcanza a cada una de las personas que trabajan en Coca-Cola Andina y a toda la cadena de valor de la Compañía, y apunta a crear una cultura de precaución que esté implantada fuertemente en la organización.

Según explica Danielle Cordiviola Kassouf, Gerente de Controles Internos de Coca-Cola Andina Brasil, “la política formalizada es una herramienta valiosa pero es clave estimular en todos los países la cultura de cumplimiento de las políticas corporativas locales, a través de un movimiento muy fuerte de concientización en las diferentes áreas”.

“El trabajo debe consistir en una reflexión sobre lo que ya hacemos y lo que necesitamos hacer para eliminar el 100% de los riesgos que podrían alterar la ejecución del negocio; la importancia de gestionarlos y la utilización correcta de la matriz a fin de identificar los riesgos más significativos y mejorar el control y la seguridad”, agregó.

Para dar cumplimiento a estas metas, Coca-Cola Andina Brasil organizó durante 2017 una serie de workshops destinados a gerentes, subgerentes, supervisores, etc., en el marco de los cuales puso en valor normas y políticas que regulan el funcionamiento de la Compañía.

Asimismo implementó SharePoint, una plataforma digital de integración corporativa “que contiene políticas locales y bajadas de The Coca-Cola Company con todo un diseño de workflow o flujo de trabajo gracias al cual favorecemos la tarea colaborativa interáreas, la internalización de las políticas, su seguimiento y cumplimiento”, precisó Danielle.

Esto se complementa con la realización de reuniones trimestrales de la que participan representantes del Directorio, el Gerente General y Gerentes de área y presentaciones cada vez que se incorpora una nueva política y/o procedimiento. ▶





Cabe recordar que el resultado que surge de la revisión anual del riesgo es material de ingreso para el área de Auditoría, que verificará la evidencia de los planes de mitigación descritos por las operaciones.

Entre las herramientas empleadas por Coca-Cola Andina se incluye además un software que permite llevar adelante una gestión integral de los riesgos. Es decir, no sólo los identifica en los diferentes ámbitos (operativos, económicos, legales, de seguridad, medioambientales, entre otros) y agiliza la manera de registrarlos; sino que también promueve el análisis y desarrollo de acciones de mitigación de un modo más automatizado y dinámico.

Cabe destacar que los principales impactos identificados hasta el momento están vinculados a la gestión de contratistas y proveedores; la posible carencia de una materia prima y las pérdidas de volumen que esto podría ocasionar, y los consecuentes

riesgos comerciales y contables. Identificar estas oportunidades de mejora a tiempo posibilitó elaborar un plan de mitigación para cada impacto el cual se construyó colaborativamente entre los países, tomando las mejores prácticas en cada tema.

Compliance o cumplimiento normativo

Una vez que se definieron las políticas o rumbo a seguir; se identificaron y verificaron los riesgos, lo que sigue es la implementación de la política en la práctica o compliance (cumplimiento normativo) que consiste en establecer los procedimientos adecuados para garantizar que la Compañía, incluidos sus directivos y colaboradores, cumplan con el marco normativo aplicable.

Dentro de éste se consideran las normas legales, como leyes y reglamentos, pero también las políticas internas, los compromisos con clientes, proveedores o terceros,

y especialmente los códigos éticos que la organización se comprometió a respetar.

Para la Gerente de Controles Internos de Coca-Cola Andina Brasil, “el compliance es lo que hace que las políticas sean conocidas y cumplidas. Su relevancia radica en que cuantas más personas conozcan la gestión de la Compañía y estén involucradas en el proceso, mejor será el resultado de nuestra matriz de riesgos y las estrategias de mitigación que podamos delinear”.

En este punto, Danielle destaca la importancia del benchmarking compartido entre los distintos países “para mejorar los procesos y trabajar en conjunto en los planes de mitigación”. Se trata de una técnica que, mediante la puesta en común de diferentes aspectos, apunta a buscar las mejores prácticas dentro de Coca-Cola Andina en relación con los métodos, procesos, productos y servicios, encaminada a la mejora continua de toda la Compañía. ●

Iniciativas que nos hacen mejor

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

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

También respondemos a normativas de la Superintendencia de Valores y Seguros, respecto a prácticas de gobierno corporativo que adoptan las sociedades anónimas abiertas (Norma de Carácter General 385). En el 2017 dimos respuesta por tercer año consecutivo a los requerimientos del Índice Dow Jones Sustainability Chile Index (DJSI Chile) quedando nuevamente listados dentro de las empresas que conforman la cartera del Índice de Sostenibilidad. Adicionalmente y como demostración de que incorporamos mejores prácticas crecimos 7 puntos respecto al año anterior, lo cual nos posiciona en el lugar 11 del ranking mundial de nuestra industria.

Como parte de la medición, efectuamos estudios de percepción con el fin de moni-

torear la opinión de grupos de interés sobre nuestro desempeño, incluyendo encuestas en la comunidad local, medición del clima laboral (bianual) y encuestas de satisfacción de clientes. Por primera vez, implementamos el estudio de ESG Compass que brinda una mirada “top down bottom up”, el cual otorgó muy buenos resultados y nuevas oportunidades.

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

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

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



Código de ética, una guía para la acción

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

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

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

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

La solicitud de asesoramiento tanto interno como externo es nuestro “Ethic points”, donde se pueden canalizar las consultas necesarias. A nivel interno las opciones se amplían a más funcionarios, quienes velan por el cumplimiento de las políticas corporativas, ellos también pueden ser consultados. El Comité de Ética y Sustentabilidad es el responsable de revisar estos temas de manera confidencial para resolver y responder las consultas.

Participamos activamente en las siguientes organizaciones

ARG

Membresía Fundece (EXC)
Membresía IARSE
Auspicio de eventos Banco Alimentos Mendoza
Fundación ACUDE Educar Forestando
Fundación Banco de Alimentos Córdoba
Fundación FONBEC- Fondo para Becas
Indicadores benchmarking IPACE (PNC-PIC)
Casa Macuca
Junior Achievement Rosario
Junior Achievement Córdoba
Cooperativa Los Carreros
Fundación AVINA
Fundación Ruta 40
Fundación CONIN
Fundación OMAS
Asociación Hospital Infantil
Fundación Mujeres que Avanzan
Entrecosturas
Portal de Belén
Tres Construcciones
Fundación Ecoinclusión

BRA

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

CHI

Centro de Estudios Públicos Universidad de los Andes
Asociación de Industrial Provedoras
Confederación Gremial del Comercio Detallista
SOFOPA
Cámara Nacional de Comercio Chile
Asociación de Industriales Antofagasta
Cámara de Comercio de Santiago
Alimentos y Bebidas de Chile
Asociación Nacional de Avisadores de Chile - ANDA
Junior Achievement
Desafío Levantemos Chile

PAR

Fundación Dequeni - acciones para fomentar la educación
Fundación Paraguaya
KOGA
Bomberos Voluntarios
Fundación Moisés Bertoni
Teletón
Techo Paraguay
FUPADI
Fundación Paraguaya - Plan Emprendedores
Ministerio de Educación
Ministerio de Salud
Asociación FullBright
Enseña Paraguay
ADEC - Asociación de Empresarios Cristianos
UIP Joven - Unión Industrial Paraguaya
Club de Ejecutivos
Movimiento Apostólico Schoenstatt
Secretaría Nacional de la Niñez y la Adolescencia
Senadis - Asociación en Empresarios Cristianos
Fundación AMCHAM
Escuela Básica 4184 "Santa Rosa"
Fundación Casa Cuna Dr. Carlos Santiviago
Fundación PO Paraguay
Cruz Roja
CAP - Cámara de Anunciantes de Paraguay
A todo pulmón

Política de Sustentabilidad y Estructura de Gestión

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

Un Plan para Cada Realidad

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

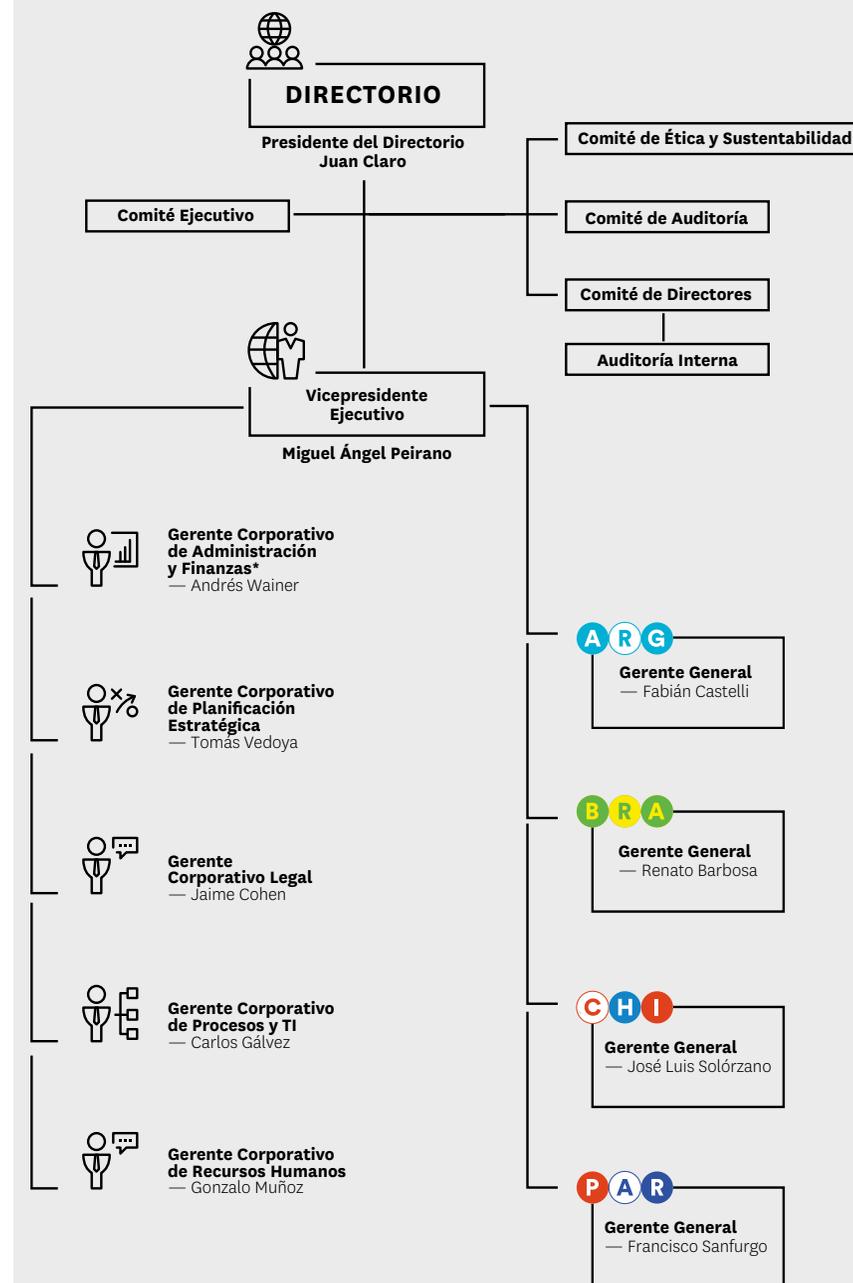
FUNCIONES

Comité de Ética y sustentabilidad

 3 Directores	 Presidente del Directorio	 Gerente Corporativo Legal	 Gerente Corporativo de Administración y Finanzas	Definiciones, Revisión y Resultados de procesos que tienen que ver con Cultura y Ética; Sustentabilidad y Gobierno Corporativo. 
---	--	--	---	--

Comité de sustentabilidad en la operación

  Enrique Pérez Estévez	  Marcio Greco	  Alejandro Palma	  Ángel Almada	<ul style="list-style-type: none"> Definición de metas y objetivos a desarrollar en la operación. Definición y revisión de métricas, seguimiento de cada plan. Aprobación de suscripciones para la Compañía en el territorio. Aprobación planes y proyectos. Coordinación y ejecución de los planes. Recopilación de la información, Reporte de Sustentabilidad.
--	--	---	--	--



Participación y diálogo con los grupos de Interés

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

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

Anualmente revisamos los públicos identificados en cada operación a través de los comités de sustentabilidad y buscamos distintas herramientas para garantizar su representatividad, a fin de lograr una continuidad año a año verificando si existieron variaciones de sus expectativas.

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

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

Los temas relevantes de la gestión de sustentabilidad se monitorean con más de 40 indicadores que aplican a todas las operaciones de la Compañía y quien vela por su reporte es el área de Control de Gestión. En las reuniones trimestrales se analizan resultados y proponen iniciativas de mejora. En este reporte encontrarán en cada pilar la portadilla, enfoque de gestión e indicadores claves, con los cuales damos introducción a la cobertura de los temas materiales.

Periódicamente realizamos mesas de trabajo de sustentabilidad para debatir los planes y pilares, como así también explicitar las preocupaciones relevadas por distintos públicos en cada región. Puntalmente este año llevamos a cabo reuniones con The Coca-Cola Company, quien predefine las líneas de acción que somos responsables de complementar y adaptar con planes locales. Además, realizamos consultas a nuestros públicos de interés, como lo hicimos por ejemplo para implementar el estudio ESG Compass en Chile.

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

CANALES DE COMUNICACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Accionistas	Coca-Cola	Gobierno	Trabajadores	Proveedores y contratistas	Clientes	Consumidores y comunidad
<ul style="list-style-type: none"> Definen visión, misión y estrategia. Inversores y promotores del crecimiento y la innovación. Custodios del valor de la empresa y su creación de valor para la sociedad. Puestos dedicados a la relación con accionistas 	<ul style="list-style-type: none"> Franquiciante Proveedor del concentrado y jarabes. Estándares y auditorías de operación del Sistema Coca-Cola (KORE) Estándares para proveedores de materias primas. Metas de Sustentabilidad 2020. Agricultura sustentable. 	<ul style="list-style-type: none"> Regulador - Promotor Marco legal para operar Socios en alianzas público - privado 	<ul style="list-style-type: none"> Uno de los pilares básicos del negocio y factor de éxito. 	<ul style="list-style-type: none"> Aportan materias primas y servicios requeridos para el funcionamiento y cumplimiento de objetivos de las distintas operaciones Son asociados estratégicos para la provisión y calidad de productos y empaques. Tienen un gran impacto económico indirecto en la economía local, ya que el mayor porcentaje de las adquisiciones es regional y local. 	<ul style="list-style-type: none"> Socios estratégicos en el desarrollo de nuestro negocio Entre ellos pequeños almaceneros (66%) conforman un eslabón fundamental en nuestra cadena de valor, ya que además del impacto social que generan en el desarrollo de las economías locales, son los responsables de proporción de las ventas de la Compañía 	<ul style="list-style-type: none"> Razón de ser de nuestra empresa y de su crecimiento sustentable. Definen nuestra oferta: cambios de preferencias del mercado Aliados estratégicos para contribuir con el progreso y cuidado ambiental (posconsumo: reciclado y recupero) de las comunidades donde desarrollamos nuestras actividades Tiene el Rol del consumidor responsable

Canales de comunicación

<ul style="list-style-type: none"> Comunicación regular/Canales digitales Reuniones con Vicepresidente Ejecutivo Junta de accionistas Andina Day (evento anual con visita a instalaciones) Memoria y Reporte Anual 	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación regular/Canales digitales Reuniones Participación en iniciativas conjuntas Relaciones directas con áreas específicas Construcción de planes conjuntos Auditorías 	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación regular/Canales digitales Reuniones con distintos niveles gubernamentales. Memoria y Reporte anual 	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación regular/Canales digitales Encuestas, análisis de clima y satisfacción laboral Evaluación de desempeño Revista interna Memoria y Reporte Anual 	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación regular/Canales digitales Reuniones periódicas Entrevistas Encuestas Auditorías Visitas a planta 	<ul style="list-style-type: none"> Vías de comunicación regular (visitas de desarrolladores) / Canales digitales Encuestas y análisis de satisfacción. Centros de servicio y desarrollo de clientes, call centers. Visitas a planta Reporte 	<ul style="list-style-type: none"> Canales digitales Actividades de relacionamiento Participación en organizaciones Encuestas y análisis de percepción y evaluación. Visitas a planta
---	--	---	--	--	--	--

Pilar	Indicadores clave
Beneficio de bebidas	Calorías vendidas Kilocalorías vendidas sobre total de litros vendidos Ventas light y zero Porcentaje de litros vendidos de productos light y zero calorías, respecto al total de litros vendidos
Guardianes de agua	Eficiencia en el consumo de agua Cantidad de litros de agua necesarios para producir un litro de bebida
Gestión de la energía y protección del clima	Eficiencia en el consumo de energía Energía utilizada (Mjoules) por cada litro de bebida producida
Empaque sustentable	Generación de residuos sólidos Gramos de residuos generados por litro de bebida producida Reciclado de residuos sólidos Porcentaje de residuos reciclados en relación a los residuos generados Seguridad laboral
Ambiente de trabajo	LTIR Cantidad de accidentes LTISR Gravedad de los accidentes Rotación de empleados Clima interno favorable Encuesta bianual
Comunidad	Satisfacción de clientes Encuesta de cada país a clientes del canal Tradicional Proveedores nacionales Porcentaje de proveedores nacionales respecto al total de proveedores activos



Beneficio de bebidas

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

Kcal/l Vendidos

358,9

Argentina

370,3

Brasil

253,9

Chile

355,4

Paraguay

Ventas Light y Zero

12,5%

Argentina

6,4%

Brasil

27,3%

Chile

13,4%

Paraguay





Entrevista a Francisco Gaete

—GERENTE DE MARKETING

¿Por qué es importante que brindemos multiplicidad de opciones a nuestros consumidores?

—Uno de los grandes avances que ha tenido tanto The Coca-Cola Company como los embotelladores del Sistema es haber cambiado su visión e identidad global hacia una compañía total de bebidas y a partir de ahí aprovechar la oportunidad de desarrollar un portafolio amplio, que nos permita conectar a todos nuestros consumidores con distintos hábitos de consumo en función de sus gustos, estilos y necesidades de hidratación a través de bebidas para la vida.

Esto es muy importante para la estrategia de Marketing porque da lugar a innovaciones como la incorporación de productos reducidos en azúcar o sin azúcar. En el caso de Coca-Cola Andina Chile, por ejemplo, hemos logrado desarrollar el segmento de Bebidas Gaseosas sin azúcar ganando 7,5ptos de mix en los últimos tres años y, por otra parte, hemos logrado avanzar en construir un portafolio que se haga cargo de las necesidades de nuestros consumidores reformulando y reduciendo el contenido de azúcar de marcas tan importantes como Fanta, Sprite, Nordic, Jugos Andina del Valle, Kapo y Aquarius.

En definitiva, es importante brindar opciones de consumo porque necesitamos ser una

empresa sustentable, que pueda ofrecer un portafolio de productos acorde a lo que esperan los consumidores del futuro.

¿Cómo gestiona la Compañía el pilar beneficio de bebidas?

—Coca-Cola Andina tiene una estrategia económica, social y ambiental. El hecho de poder llegar al 100 por ciento de los clientes con versiones sin azúcar produce un beneficio social, entendiendo que actualmente el sobrepeso y la obesidad son problemas prioritarios de salud pública. En este sentido, el trabajo que hemos hecho para reducir el azúcar en las bebidas y aumentar la disponibilidad de productos bajo o sin azúcar tiene un enorme beneficio social.

Entendemos que debemos ser parte de la solución, por eso en Chile fuimos pioneros en abrazar la nueva Ley de Etiquetado que busca regular el rotulado de alimentos respecto a su información nutricional obligando a advertir a los usuarios sobre los altos niveles de azúcares, calorías, sodio y grasas saturadas; restringe la publicidad dirigida a menores y la venta en escuelas de determinados productos.

Gracias a esta decisión observamos que se han reconfigurado los consumos de la industria y que los consumidores, en el caso

de Bebidas Gaseosas, se han volcado hacia los productos sin azúcar y hacia la categoría de aguas.

Desde el punto de vista económico, contar con productos variados en sabores, precios y tamaños nos permite satisfacer las necesidades de distintos tipos de clientes y consumidores. Coca-Cola Andina es una de las pocas compañías a nivel mundial que genera un enorme dinamismo económico, porque llega de forma directa a cada Punto de Venta y le da la posibilidad de desarrollarse y crecer a sus clientes.

Por último, este nuevo portafolio nos da más sustentabilidad de cara al futuro. Este es un concepto transversal que tiene varias aristas: por un lado, disponer de marcas zero y sin azúcar en empaques retornables refleja nuestro compromiso con el cuidado del medio ambiente, además de lanzar el nuevo empaque de Vital Ecoflex con 30% menos de plástico. Por el otro, permite conectarnos con distintos estilos de vida sabiendo que somos capaces de recoger el feeling (sensación) directo de la comunidad donde operamos. Hoy tenemos un portafolio democratizado para cualquier tipo de consumidores, un portafolio 100% sustentable porque hay una versión sin azúcar para cada uno de nuestros productos. ►





“La reconfiguración del portafolio de Coca-Cola tiene que ver con la filosofía de innovación permanente de ir adaptándonos a las tendencias y preferencias del consumidor del mañana, con el propósito de llegar al 2020 con el 50% del portafolio de Bebidas Gaseosas sin azúcar.”

¿Cuál es la cobertura o alcance del pilar beneficio de bebidas? ¿En qué parte de la cadena de valor se identifican los impactos más significativos?

— Cuando armamos la visión de desarrollo de portafolio de bebidas a futuro buscamos versiones sin azúcar, con azúcar, productos para los distintos estilos de vida y que den respuestas a las problemáticas relacionadas con la ingesta de azúcar.

En ese sentido, tenemos un portafolio muy desarrollado para poder hacernos cargo del problema y proponer una solución, por eso este pilar alcanza al 100 por ciento de la cadena de valor; porque estamos tocando a todos y cada uno de nuestros clientes con el avance de nuevas categorías y aplicando distintas estrategias en función del segmento al que queremos llegar.

¿A través de qué herramientas se evalúa el accionar de la Compañía respecto al impacto de nuestras bebidas? ¿Existen mecanismos de consulta/reclamos o instancias de benchmarking?

— En Coca-Cola Andina medimos el impacto de nuestras bebidas a través de los indicadores de marca, tratando de alcanzar cada vez a más consumidores para entender cómo sienten la marca Coca-Cola desde el lado subjetivo y no sólo en términos cuantitativos.

Con el lanzamiento de Coca-Cola Sin Azúcar tenemos la mirada puesta en conocer cómo el consumidor decodifica esta nueva versión y qué demanda. Para ello, contamos con una intensa campaña de comunicación que favorece el conocimiento de la nueva variante pero también mide las condiciones de saludabilidad mediante cuestionarios online, el monitoreo en redes sociales y las posibilidades que brinda el mundo digital.

¿Cómo evaluamos la gestión sobre beneficios de bebidas? ¿A quién rendimos cuentas sobre la gestión de este tema?

— Desde 2016 nos pusimos metas de reducción de azúcar de nuestros productos a tono con lo que plantea el escenario global y el marco regulatorio de Chile. Ese es el norte que ha impulsado las decisiones que venimos tomando y en la que somos consistentes, porque se trata de un indicador relevante para la gestión que está dentro de los principales de nuestro business plan (logrando reducir en promedio un 18% de azúcar de nuestro portafolio y actualmente tener más del 92% de los sku's bajos o sin azúcar).

La reducción de azúcar comprometida es un aspecto que tiene visibilidad desde el Directorio y hacia toda la estructura orgánica, por lo tanto, es un compromiso declarado y sobre el que brindamos reportes a cada una de las gestiones.

Para cambiar los hábitos de consumo que contribuyan con la ingesta equilibrada de azúcar, podemos trasladar a los consumidores de categoría y pasarlos de bebidas originales a sin azúcar, o bien dar un giro disruptivo de evolución e innovación y ofrecer directamente productos sin azúcar. Para las dos alternativas hay planes de trabajo.

¿Cuáles son los desafíos hacia adelante en materia de la gestión de nuestras bebidas?

— La reconfiguración del portafolio de Coca-Cola tiene que ver con la filosofía de innovación permanente de ir adaptándonos a las tendencias y preferencias del consumidor del mañana, con el propósito de llegar al 2020 con el 50% de mix de volumen del portafolio de Bebidas Gaseosas sin azúcar.

En 2015 dimos el primer paso a través de nuestra estrategia global de marca única y en 2018 con la incorporación de Coca-Cola Sin Azúcar queremos ser mucho más directos al comunicar el atributo sin azúcar, con el objetivo de disponibilizar a nuestros consumidores una versión original y una versión sin azúcar igualando el exquisito sabor de Coca-Cola Original; lo que le dará más sustentabilidad al negocio y a los propios consumidores. ●



Portafolio de bebidas

GASEOSAS



JUGOS



AGUAS



OTROS



ENERGIZANTES



El packaging del 100% de los productos que ofrecemos es reciclable (vidrio, aluminio, latas, Pet, Refpet y tetra pack), como así también el 100% de los envases secundarios.

AdeS®

Se trata de la marca de origen tucumano que se convirtió en líder en la región en la categoría de bebidas a base de soja y actualmente se comercializa en Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, México, Paraguay y Uruguay. La adquisición forma parte de la estrategia de Coca-Cola de ampliar su portafolio para ofrecer opciones y variedades de alta calidad y gran sabor que satisfagan los gustos y estilos de vida de los consumidores.

AdeS® es un alimento líquido de origen vegetal que, entre sus principales beneficios, es fuente de calcio, proteínas y zinc; no aporta colesterol y no contiene lactosa ni conservantes; fortalece el cuerpo; es de fácil digestión; apto para celíacos; la variedad frutal es hecha con jugo natural y emplea semillas de soja tradicional no modificadas genéticamente. Todos nuestros proveedores de soja estén certificados por la Asociación Internacional de Soja Responsable (RTRS por sus siglas en inglés).



Portafolio con más opciones bajo o cero calorías

El 35% de nuestros productos es bajo o cero calorías. Tenemos como objetivo adaptarnos siendo flexibles a las necesidades de los consumidores, modificando recetas, incorporando bebidas sin azúcar, brindando multilateralidad de opciones y garantizando la disponibilidad de las mismas en todos nuestros clientes.

Acompañamos los cambios en las preferencias en materia de salud y nutrición de nuestros consumidores. Como resultado de un proceso de escucha de nuestros clientes y consumidores, buscamos interpretar sus necesidades y acercarnos a sus gustos para poder ofrecer los mejores productos.

Ofrecemos una amplia línea de bebidas cero y bajas calorías; se desarrolló Coca-Cola Life con una visión de evolución en los endulzantes ya que utiliza stevia y azúcar de caña.

Potenciamos junto a The Coca-Cola Company los empaques retornables, buscando ampliar nuestro portafolio y siendo flexibles incorporando bebidas con vitaminas y/o agregados nutricionales como así también reducir calorías en todas nuestras marcas.



UNA PORCIÓN DE 200 mL APORTA

CALORÍAS 84 4%VD*	AZÚCARES 22 g **	GRASAS TOTALES 0 g 0%VD	SODIO 12 mg 0%VD
--------------------------------	-------------------------------	--------------------------------------	-------------------------------

Bajo en sodio

*Valores Diarios con base a una dieta de 2.000 kcal u 8.400 kJ.
** Valor Diario no establecido.



UNA PORCIÓN DE 200 mL APORTA

CALORÍAS 0 0%VD*	AZÚCARES 0 g **	GRASAS TOTALES 0 g 0%VD	SODIO 28 mg 1%VD
-------------------------------	------------------------------	--------------------------------------	-------------------------------

Bajo en sodio

*Valores Diarios con base a una dieta de 2.000 kcal u 8.400 kJ.
** Valor Diario no establecido.

35%

PORTAFOLIO
0 CAL O LIGHT

38,5%

VENTAS EN FORMATO
RETORNABLE

30%

PORTAFOLIO CON
VITAMINAS O AGREGADOS
NUTRICIONALES

La nutrición, un factor esencial

Más del 30% de nuestro portafolio contiene incremento de ingredientes nutricionales y aporte de minerales. Todas nuestras bebidas cumplen con las regulaciones gubernamentales de salud de los países en las que se comercializan. Junto a expertos independientes y científicos asesores monitoreamos constantemente temas vinculados con la seguridad de los alimentos.

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

Garantizar la seguridad y calidad de nuestros productos es un compromiso incesante y la responsabilidad más importante que tenemos con los consumidores en todo el mundo. Esto incluye la obligación de cumplir con las regulaciones gubernamentales de salud de los países en los que operamos, asegurar el monitoreo permanente de normas vinculadas a la seguridad de los alimentos y utilizar materiales de empaque seguros.

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



Con la más alta calidad

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

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

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

Los procedimientos, instrucciones y anexos que componen el Sistema Inte-

grado de Sustentabilidad son revisados ante cambios en los requerimientos, manteniéndose actualizados la metodología y los registros. Si se cumplen estos requisitos se está cumpliendo con KORE, la legislación vigente, los estándares internacionales ISO y OHSAS a los que adherimos.

The Coca-Cola Company posee un organismo propio de auditoría denominado GAO (Global Audit Organization), que desde 2013 mantiene un esquema de auditorías programadas y no programadas para verificar el cumplimiento de la norma. Tanto en las normas obligatorias como en las voluntarias no se registraron incumplimientos durante el período de reporte. En todos los casos se trabaja bajo la modalidad de mejora continua por lo cual las revisiones mencionadas sirven para detectar oportunidades de mejoras.

Programa de Análisis Sensorial

El programa busca que cada trabajador se convierta en verdadero embajador de la marca para garantizar la calidad de nuestras bebidas. Los panelistas se capacitan para cumplir con los requerimientos, son parte fundamental de la eficacia del programa que lleva adelante el área de Calidad de cada operación.

El 100% de nuestras plantas productivas y principales centros de distribución en los cuatro países en los que operamos cuentan con certificaciones en:

- > Calidad: ISO 9001
- > Medioambiente: ISO 14001
- > Seguridad y Salud Ocupacional OHSAS 18001
- > Inocuidad de los alimentos FSSC 22000
- > FSSC 22000 incluye ISO/TS 22002
- > KORE: Requisitos corporativos de "The Coca-Cola Company"
- > RP - Auditoría de SGP Resultado Verde 2014 (Brasil y Chile)





Lanzamientos 2017

P A R

- _____
Coca Cola Cherry
- _____
Fanta Guaraná Zero
- _____
Aquarius Zero (2 sabores)
- _____
Frugos del Valle (3 sabores)
- _____
Ades® jugo (5 sabores)
- _____
Ades® leche
- _____
Ades® light

C H I

- _____
MONSTER (SUNRISE)
- _____
Coca-Cola CHERRY ZERO
- _____
BENEDICTINO TOUCH FRUTILLA
- _____
BENEDICTINO TOUCH LIMON
- _____
AdeS® Jugo (4 sabores)
- _____
AdeS® Leche
- _____
AdeS® Light
- _____
FUZE TEA (3 sabores)
- _____
AQUARIUS Zero (6 sabores)

B R A

- _____
FANTA GUARANÁ
- _____
Coca-Cola LARANJA
- _____
Coca-Cola LIMAO SICILIANO
- _____
Ades® (5 sabores)
- _____
Ades® leite (3 sabores)
- _____
Ades® light
- _____
VERDE CAMPO
- _____
SHAKE WHEY (3 sabores)
- _____
LACFREE (2 sabores)
- _____
MINILAC

A R G

- _____
AdeS® Jugo (5 sabores)
- _____
AdeS® Leche (3 sabores)
- _____
AdeS® Light



Koolife

La operación de Koolife que tiene foco sobre los portafolios "del futuro" alcanzó en 2017 una cobertura de más de 300 puntos de ventas. Nos hemos integrado a la operación de Coca-Cola Andina, uniendo lo mejor de cada uno: Koolife, experto en importaciones y Andina con su fuerza en distribución; permitiéndonos capturar el mercado de forma acelerada. Así, se logró el primer traspaso de un producto, nuestro primer caso de éxito: se trata de Smartwater, que a partir del 2018 se comenzará a producir en forma local/nacional.

Creemos que nuestras oportunidades están en seguir creciendo en nuevos clientes, llegando a más puntos de venta y con presencia en canales relevantes para cada tipo de producto. Queremos estar en donde se mueve el consumidor sofisticado y presentes en cada ocasión de consumo.

Nuestros esfuerzos se orientan hacia la búsqueda permanente de productos y alternativas de importación que ayuden a mejorar nuestra oferta y relación costo/beneficio.

Lista de Productos

- > Coca-Cola SIN CAFEÍNA
- > Coca-Cola ZERO SIN CAFEÍNA/CHERRY/VAINILLA
- > Coca-Cola LIGHT SIN CAFEÍNA/CHERRY
- > GOLD PEAK DIET/GREEN TEA/UNSWEETENED
- > ZICO NATURAL / CHOCOLATE
- > CORE POWER VAINILLA/CHOCOLATE/BANANA
- > SMARTWATER SIN GAS

Marketing responsable

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

La leyenda "Alto en azúcares" se emplea para alimentos que tengan azúcar adicionada y contengan más de 22,5% de azúcar en su formulación. Entonces, no aplica para productos que tienen azúcar natural como frutas o jugos sin azúcar adicionada.

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

Atención a clientes vía call center

Reclamos	9,85%
Pedidos (Ventas)	32,72%
Solicitudes (Servicios, Visitas, etc)	25,92%
Consultas	31,50%
Total de Llamadas	987.149

% Satisfacción de clientes

Argentina	Brasil	Chile	Paraguay
86,7%	n/a	61,0%	85,5%



Etiquetado con información nutricional

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

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

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

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

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

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

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

Si te interesa conocer más de nuestras bebidas:

[ver más](#)
Instituto de Bebidas para la Salud y el Bienestar

[ver más](#)
Instituto Europeo de Hidratación

[ver más](#)
Marca Coca-Cola

[ver más](#)
Agricultura



Campaña de relanzamiento de Fanta y Sprite: Evolution. La reducción de azúcar que hicimos en cada marca fue la siguiente:

MARCAS	GR. AZÚCAR FÓRMULA ANTIGUA	REDUCCIÓN	GR. AZÚCAR FÓRMULA NUEVA	BENEFICIOS
FANTA	12,1 GR	60%	4,8 GR / 100ML	LIBRE DE SELLO IGUAL DE RICAS REDUCIDAS EN AZÚCAR
SPRITE	9,8 GR	51%		

CHI

Fanta y Sprite Sin Sello

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

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

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

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

En promedio, bajamos un 9% de las calorías y 9% el azúcar de las bebidas y aumentamos en 2.6 puntos el mix de productos bajos y

sin azúcar, pasando del 23.9% en 2015 a 26.5% en 2016.

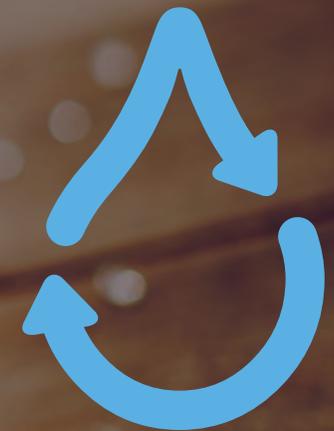
El desafío, que comenzamos a abordar en 2015 con la reformulación del portfollio de productos, incluyó en 2016 el cambio de etiquetado siendo los primeros proveedores en salir al mercado con los nuevos rótulos.

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

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

Guardianes del agua

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



Eficiencia en el Consumo de Agua

2,38

Argentina

1,64

Brasil

2,46

Chile

1,95

Paraguay



Entrevista a José Luis Palacios Moraga

—GERENTE DE CALIDAD, INOCUIDAD, SEGURIDAD Y MEDIO AMBIENTE

¿Por qué la gestión del agua es importante para Coca-Cola Andina?

—El agua es la principal materia prima de nuestros productos y esto nos mantiene altamente concentrados en la necesidad de asegurar la sustentabilidad del recurso tanto en su disponibilidad como en su calidad. De allí a que la decisión sobre la ubicación de una planta o la evaluación de futuros negocios que involucren el recurso agua sean claves para Coca-Cola Andina.

Por otro lado, se trata de un recurso natural compartido con todas las comunidades donde operamos, por lo tanto tenemos la obligación de garantizar la sustentabilidad, el abastecimiento y promover su cuidado de forma transversal: no sólo al interior de las plantas sino también dentro de las grupos en los que interactuamos (clientes, consumidores, vecinos de los lugares donde tenemos presencia física y que eventualmente podrían verse impactados por nuestro consumo de agua).

En este camino de ida y vuelta también nos preocupamos de que las comunidades conozcan y desarrollen conciencia cultural respecto a la importancia del cuidado del agua, para que no nos veamos afectados por la contaminación de este recurso, la falta del mismo o el mal uso.

¿Cuál es la cobertura y el alcance del impacto que genera Coca-Cola Andina en materia de agua?

—La cobertura de esta gestión es total porque alcanza a cada una de nuestras operaciones

pero también a todas las comunidades con las que interactuamos. El origen del agua es diverso: algunas plantas se alimentan de efluentes naturales (ya sea que tomen el agua de canales abiertos o de agua de pozo) pero también de la matriz sanitaria local. En Chile, nuestras plantas se alimentan de pozos profundos y de la matriz sanitaria, no nos abastecemos de cauces naturales abiertos.

El uso del recurso hídrico es cíclico porque el agua que se consume después vuelve a los canales; uno piensa que es un bien inagotable pero depende de la fuente de la que se toma y la disponibilidad que tenemos de ese recurso tan valioso para la vida.

En el caso de Antofagasta el agua que utilizamos se extrae del mar y pasa por un proceso de desalinización que lleva adelante la planta sanitaria local, sin afectar la disponibilidad ni el lugar físico. Pero podría ocurrir que esto sí sucediera, por eso tenemos que trabajar en toda la Compañía para que se entienda la importancia de estos impactos y colaboremos todos en el cuidado del agua. En esa región existe además un sistema de backup por el

cual ante alguna falla o consumo excesivo se hace uso del agua proveniente de la cordillera. En este sentido cabe aclarar que Coca-Cola Andina Chile respeta los parámetros de consumo autorizados y no demanda recurso más allá de la factibilidad otorgada previamente.

Puertas adentro y afuera de nuestras plantas, desarrollamos además iniciativas que contribuyen a fomentar una cultura del buen uso del agua, conscientes de que se trata de un bien escaso que puede no tener disponibilidad infinita y que tiene costo. En Coca-Cola Andina Chile hace un año y medio creamos una Gerencia de Sustentabilidad, Innovación y Desarrollo en el marco de la cual promovemos el uso responsable del agua en conjunto con la Municipalidad, Gobierno Nacional, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales.

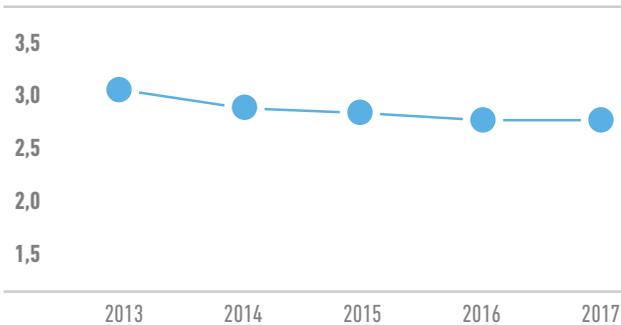
Es importante destacar que nuestra Compañía es reconocida por tener una gestión de efluentes bastante sólida. En tres de las cuatro operaciones contamos con plantas de tratamiento propias que garantizan ▶

También nos preocupamos de que las comunidades conozcan y desarrollen conciencia cultural respecto a la importancia del cuidado del agua.





Eficiencia en el Consumo de Agua



que las aguas residuales que evacuamos a los sistemas municipales cumplan con la normativa local y los “Requerimientos Operativos de Coca-Cola” (KORE por sus siglas en inglés). En la operación de Renca existe un contrato con la empresa sanitaria local, en cuyo caso fiscalizamos que cuente con las certificaciones que acreditan que el agua fue debidamente tratada y dispuesta según la norma legal local. Adicionalmente, en Chile existe una Superintendencia que fiscaliza que el organismo sanitario cumpla con la ley, estableciendo un doble check list.

¿Cómo medimos los impactos? ¿Qué herramientas utilizamos como Compañía para medirlos?

—El consumo está medido por litros de agua consumida por litro de producto fabricado y cada locación tiene una realidad diferente: hay regiones que presentan muchos formatos de bebidas con distintos sabores lo que implica un mayor saneado y lavado de líneas y por ende más consumo de agua. Es lo que ocurre en Renca, donde el líquido vital

es extraído de pozos profundos y requiere un tratamiento mayor para cumplir los estándares de calidad definidos, buscando reducir al máximo los rechazos de agua que generan estos procedimientos.

La gestión de proyectos para reducir el ratio de agua, nos ha permitido disminuir en cuatro años de 4 lts/lts (litros empleados por cada litro de agua embotellada) a 2,2 lts/lts, lo que refleja la importancia que le damos a esta política de sustentabilidad tanto en nuestra operación como en toda la Compañía.

¿Qué iniciativas llevamos adelante para reducir los impactos en materia de uso del agua?

—Entre las iniciativas que desarrollamos en Coca-Cola Andina Chile se encuentra la optimización de los sistemas de tratamiento de agua. Para ello, en Renca tenemos un proyecto macro que consta de tres fases: la primera es la recepción del agua de ingreso para el abatimiento de arsénico; la segunda es la separación del recurso que se utiliza para el proceso de producción y para servicios y la tercera es la reutilización de agua.

A nivel local, también se ejecutaron dos proyectos importantes en materia de agua: el primero se llevó a cabo en una zona desértica de la región de Tarapacá (al norte del país y en el límite con Bolivia) donde se implementaron nuevas tecnologías de irrigación para capturar y disponibilizar el recurso dentro de la comunidad. Asimismo, en el Jardín Botánico Nacional ubicado en la ciudad de Viña del Mar se trabajó en una reserva natural destinada a especies silvestres autóctonas, para producir un aumento en la vegetación lo cual contribuye a generar una mayor disponibilidad de agua local.

Actualmente estamos desarrollando un proyecto para construir en Renca nuestra propia planta de tratamiento de efluentes y dejar de depender de la red sanitaria local,

buscando que esa agua tenga una buena calidad y pueda ser disponibilizada a nivel de riego para colaborar con las comunidades vecinas. La construcción está prevista para 2018-2019 y esperamos que esté operable en 2020.

Por último, hay iniciativas ya implementadas con muy buenos resultados en las diferentes operaciones como, por ejemplo, sistemas de filtros para los enjuagues de la lavadora, ajustes en el control de agua en el sistema de CIP en los procesos de lavado de líneas y un programa de replenish (reponer) que nos asegura mayor disponibilidad del recurso y la devolución al planeta del agua consumida para la elaboración de nuestras bebidas, favoreciendo el acceso al agua segura para consumo a personas que carecen de ese recurso.

¿Qué áreas de la Compañía son responsables de la gestión del agua?

—La responsabilidad de la gestión del agua está claramente definida entre las áreas Industrial, Producción, Ingeniería y Medio Ambiente que año a año van mejorando las metas respecto al ratio de consumo de agua siempre enfocados en la mejora continua y aspirando a lograr una producción eficiente que genere altos volúmenes de unidades de producto en un tiempo acotado y con bajos rechazos, lo que implica una optimización en el uso del agua. Para ello existen herramientas de gestión y herramientas de inversión en proyectos. De todos modos, el cuidado de este recurso es una responsabilidad y un compromiso que mantiene toda la Compañía.

En nuestras plantas se realiza además un seguimiento por tipos de consumo desagregando cada aspecto que suma al valor entregado final: cantidad de agua que se utiliza por botella, para la limpieza de las líneas de producción, las lavadoras, refrigeración de equipos, consumo humano, mantenimiento de instalaciones, etc.

Además, en función de los montos de inversión aprobados nos colocamos metas anuales. En 2016 tuvimos una reducción del 2,53 lt/lt en el ratio de consumo de agua, en 2017 un 2,40 lt/lt y en 2018 aspiramos a llegar a un 2,27 lt/lt. Guiados por las políticas en materia de cuidado del medio ambiente que propone el Sistema Integrado de Gestión, el propósito es mantener y asegurar la sustentabilidad del recurso para el negocio y ser socialmente responsables con la comunidad en la cual operamos.

¿Qué mecanismos se emplean para receptor consultas y/o reclamos? ¿A través de qué procesos y procedimientos se evalúa el accionar de la Compañía respecto al uso del agua?

—En Coca-Cola Andina existen canales formales y disponibles tanto internos como externos: dentro de las operaciones contamos con un sistema de reclamos anónimos vía web y externamente, además de las redes sociales, disponemos de una línea 0800 para comunicarse directamente con el Sistema Coca-Cola. Es importante destacar que si bien los canales existen no recibimos quejas respecto a la gestión del agua.

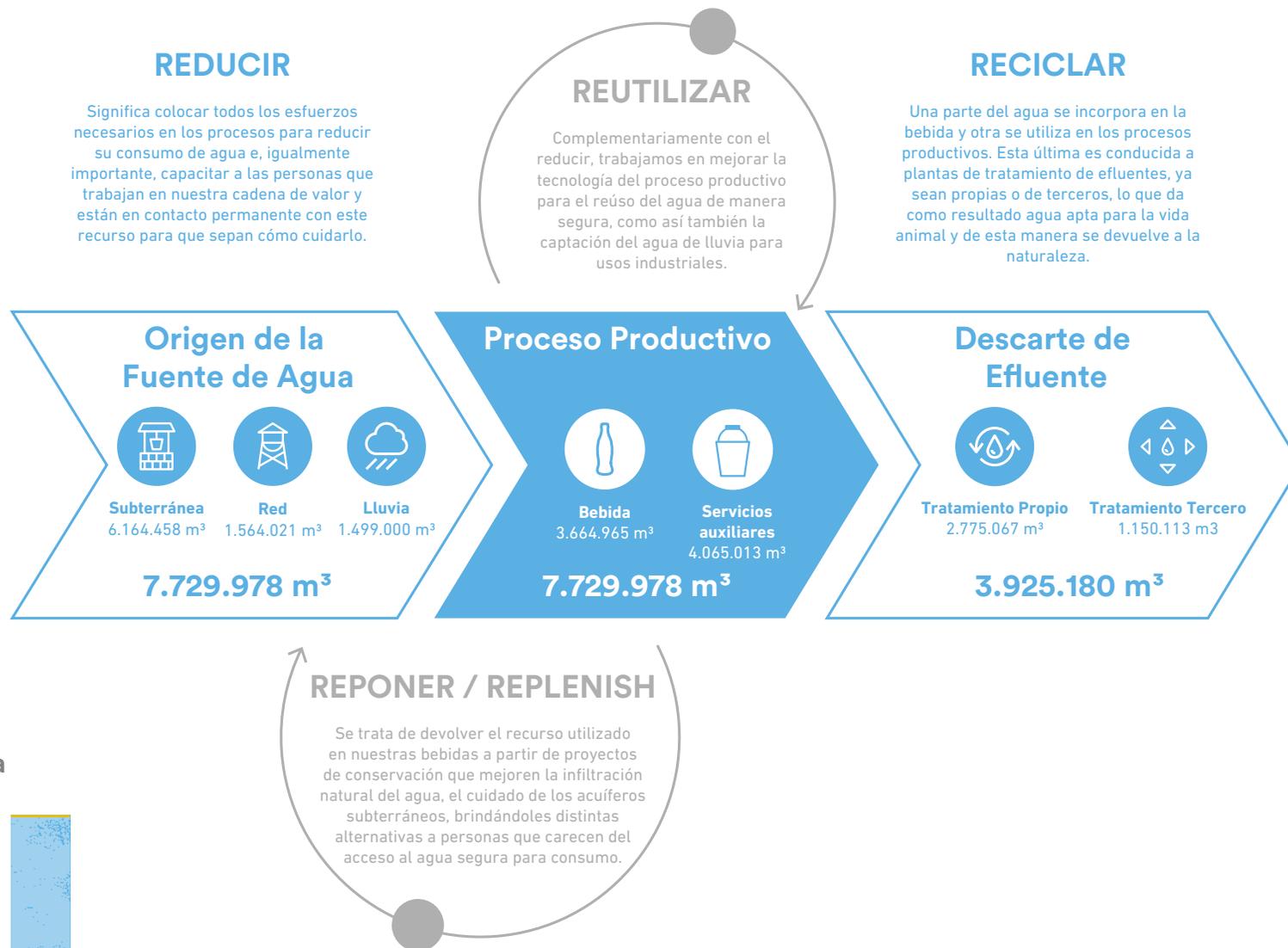
Sobre cómo evaluamos los resultados de la gestión, en nuestra Compañía realizamos un seguimiento diario sobre el comportamiento de los niveles de agua y comparamos permanentemente el desarrollo de este indicador con el objetivo mensual que nos proponemos. Además reportamos mensualmente a la Alta Dirección y publicamos en la plataforma de The Coca-Cola Company el movimiento de los parámetros técnicos obtenidos y ellos nos devuelven un estado sobre el cumplimiento de metas definidas anualmente para cada planta y que se establecen a tono con la política de The Coca-Cola Company en materia de seguridad, energía y medio ambiente. ●



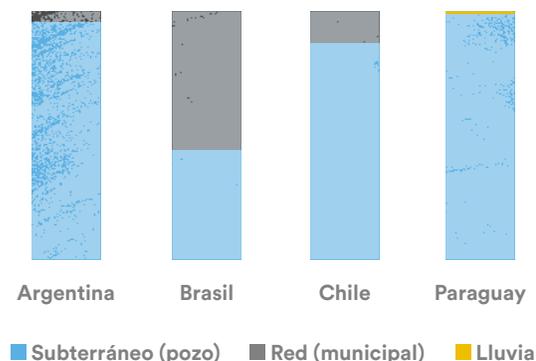
GRI:
301-1
303-1
303-2
303-3
306-2
306-1

Eficiencia en el Consumo de Agua

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



Origen de la Fuente del Agua





ARG PAR

Recuperación de Agua de Lluvia

Mantenemos los esfuerzos por captar el agua de lluvia para su reutilización. Los techos de las plantas y depósitos se están construyendo con un sistema de canaletas para dirigir el agua a un tanque antes de haber sido filtrada. También es importante evitar su potencial contaminación en el curso natural, preservándola para infiltración o evaporación.



Eficiencia en Plantas de Tratamiento de Agua

Todas las plantas cuentan con un tratamiento de agua de ingreso, ya sea que la fuente sea subterránea, superficial, de red o de lluvia. El objetivo de esta parte del proceso es analizar permanentemente la calidad de agua de origen y procesarla hasta llegar a los parámetros necesarios que se definen para el ingreso a producción de bebidas. La "limpieza" del agua de origen genera rechazos al pasar por los filtros, por tal motivo se incorporan tecnologías de nanofiltrado que reducen estos rechazos mejorando la eficiencia en el consumo. Adicionalmente este año se hicieron esfuerzos en las operaciones de Chile para preseleccionar el agua que irá a ablandamiento, adecuando la calidad de agua según el uso final que tendrá.

Top 10

Las plantas embotelladoras cumplen con las mejores prácticas propuestas por Coca-Cola, son principios y culturas de trabajo que permanentemente se están reforzando. Algunos ejemplos son: identificaciones de pérdidas de agua, mediciones sectorizadas, automatización del sistemas de CIP (Cleaning in Poces), reducción de consumo en torres de enfriamiento, recambio de transportes por tecnología "en seco", etc.

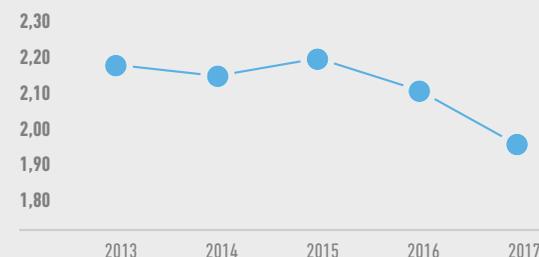
Eficiencia en Líneas Retornables

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

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

PAR

Eficiencia en el Consumo de Agua



ARG

Eficiencia en el Consumo de Agua





ARG

Agua Segura

Continuamos con el proyecto Agua Segura junto a la Fundación Ruta 40, que busca garantizar el acceso a este vital elemento en siete escuelas rurales de la provincia de Río Negro, a través de un sistema de filtros purificadores y capacitaciones sobre enfermedades transmitidas por el agua. Se trata de un purificador microbiológico instantáneo que elimina el 99.9% de bacterias, virus y parásitos; purifica en promedio 12 litros por hora; puede abastecer con agua segura a aproximadamente 100 personas por día durante al menos tres años; funciona con aguas turbias y no requiere pilas, energía eléctrica ni conexión a redes de acueducto.

Los beneficios de esta innovadora tecnología han sido demostrados por la Organización Mundial de la Salud (OMS) y repartidos en más de 300 países a través de las ONG's más importantes del mundo.



Sistemas de Transporte en Seco

El sistema de lubricación en seco elimina la necesidad de pulverizar agua y lubricante sobre las cintas transportadoras, lo cual permite evitar la fricción entre los envases y las cadenas en las zonas de pulmón. Se trata de una nueva tecnología flexible y completamente automatizada que aplica una pequeña cantidad de lubricante, generando una película sobre las cadenas y guías transportadoras.

PAR

Lazos de Agua

Ykua'a (Saberes del Agua).

El Proyecto Lazos de Agua da acceso a agua potable a 40.000 personas en 45 comunidades. La iniciativa fue presentada por la Fundación Coca-Cola, One Drop (programa de arte social del Cirque du Soleil), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Fundación Femsa, gracias a una inversión de U\$S 2,1 millones.

El objetivo es no sólo proporcionar acceso a agua segura y asequible, sino generar un cambio de comportamiento de las personas para la adopción de prácticas adecuadas relacionadas con el agua, el saneamiento y la higiene.



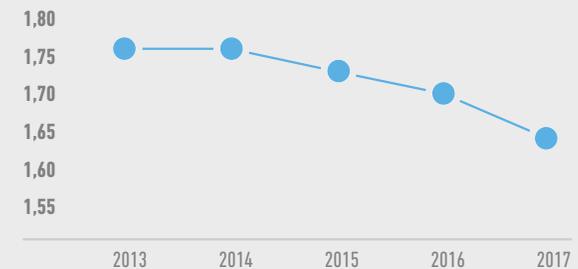
BRA

Coletivo Floresta

Bajo las acciones del proyecto Coletivo Floresta se realizaron capacitaciones para el desarrollo de la cadena de valor del açaí. Este insumo es principalmente producido por comunidades ribereñas, con quienes se trabaja en conjunto para lograr buenas prácticas de agricultura y comercio justo. En sociedad con la ONG Imaflora, el proyecto incentiva la agricultura familiar y la cadena del açaí, lo cual trae oportunidades de inclusión social, generación de ingresos y uso racional de los recursos naturales.

BRA

Eficiencia en el Consumo de Agua



BRA

El volumen de venta de una semana fue reinvertido en el Proyecto de acceso al agua en el Nordeste de Brasil.



P A R

Reserva de Mbaracayú, Biodiversidad Sustentable

Coca-Cola Andina desarrolla en conjunto con la Fundación Moisés Bertoni un plan de reabastecimiento de agua en el acuífero Guaraní, uno de los más importantes de la región.

En conjunto con la Fundación Moisés Bertoni llevamos adelante el proyecto de reabastecimiento de agua a partir de agricultura sustentable en la Reserva Natural del Bosque Mbaracayú, Departamento de Canindeyú, en la región oriental del Paraguay.

La reserva tiene 64.000 hectáreas de superficie con una frondosa vegetación que dan "manto" al acuífero Guaraní. La vegetación favorece la infiltración del agua de lluvia que recarga el acuífero de manera natural. Los estudios llevados a cabo por expertos de la Fundación muestran que existen áreas en torno a la Reserva en las que el desmonte con fines agrícolas y la práctica de una agricultura poco sustentable, están reduciendo la capacidad de los suelos de alimentar con agua de calidad la reserva natural subterránea.

El acuífero Guaraní es uno de los más importantes de la región. Sin embargo, el mal manejo del suelo por parte del hombre provoca su gradual empobrecimiento y erosión, impidiendo la infiltración del agua de lluvia y afectando la reserva del acuífero.

El proyecto de reabastecimiento busca desarrollar mejores prácticas agrícolas con alrededor de 200 productores, que además de trabajar la tierra son vecinos de la reserva. Estas mejores prácticas permitirán

el crecimiento de una cobertura vegetal, recuperando la capacidad de absorción del suelo como así también su productividad. El concepto de "ganar-ganar" es clave porque mejora la calidad de la tierra, beneficia a los productores y amplía la cobertura vegetal.

La abundancia del vital elemento en esta región demanda una enorme responsabilidad, por eso buscamos dar a conocer a los pobladores la importancia de cuidar el recurso y las mejores formas de utilizarlo. Coca-Cola Andina tiene operación en distintos países con situaciones hídricas bien diversas; concientizar a todos en la importancia del cuidado del agua es algo que la Compañía lleva en su ADN y promueve puertas adentro de la organización y en las comunidades donde tiene operaciones. Con proyectos como éste buscamos que la comunidad nos acompañe y sea guardián del agua.

En este contexto, profesionales de la Fundación Moisés Bertoni brindan asistencia técnica, insumos y experiencias trabajando junto a los productores para que ellos capitalicen las técnicas y después las repliquen. La condición mínima que se solicita es dedicar, por lo menos, una hectárea de su propiedad a este proyecto y a la implementación de buenas prácticas. El paso inicial es trabajar esa porción de suelo con una mirada susten-

table, para recuperarla con fines productivos y devolver la capacidad de infiltración de agua al acuífero. Desde esa óptica, prácticas como limpiar el terreno y plantar maíz no sólo se traducen en un cultivo que el productor puede aprovechar de forma inmediata, sino que brinda sustento al llamado "abono verde".

El mismo está conformado por plantas que crecen en torno al maíz, pero que al morir se descomponen naturalmente, aportando una cantidad de materia orgánica suficiente como para iniciar el siguiente cultivo, sin tener que remover el suelo ni utilizar abonos sintéticos.

El proyecto tiene una duración de cuatro años durante los cuales la incorporación de productores será gradual. A nivel mundial, en 2007 la Compañía asumió el compromiso de reabastecer a la naturaleza y a las comunidades el 100% del agua que utiliza en sus productos y procesos productivos para 2020. Esta iniciativa, como otras que fuimos implementando en distintas regiones, nos permitirá lograr la meta propuesta generando una cultura de protección del recurso hídrico. ●



CONSUMO DE AGUA (EN LITROS)	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Argentina ¹	1.694.360.700	1.873.029.865	2.061.169.755	2.661.571.787	2.692.832.790	2.752.280.913	2.831.417.952
Brasil ²	1.909.754.000	1.815.232.000	1.884.794.000	1.906.945.242	2.422.473.000	2.197.955.000	2.028.497.948
Chile ³	1.391.200.000	2.823.436.707	2.887.571.404	2.570.378.697	2.454.498.180	2.360.736.000	2.162.181.234
Paraguay ⁴	746.510.300	819.494.770	765.562.370	768.418.161	772.119.270	746.510.300	707.881.540
Vertido total de aguas residuales (en litros) tratadas en plantas de efluentes PROPIAS							
Argentina ⁶	630.895.000	695.480.000	754.808.465	973.027.890	949.811.532	1.093.905.242	1.581.458.551
Brasil ⁵	530.650.000	368.085.000	415.232.000	582.413.226	678.639.000	542.863.080	655.179.140
Chile ⁶	415.239.000	421.979.000	680.307.658	1.122.048.901	531.720.000	-	195.132.000
Paraguay ⁶	373.478.000	329.006.540	320.489.110	290.687.081	409.630.540	389.538.000	343.297.620
Vertido total de aguas residuales (en litros) tratadas en plantas de efluentes EXTERNAS							
Argentina					407.062.085	67.070.000	60.830.000
Brasil						199.486.000	0
Chile						1.313.359.632	1.089.283.441
Paraguay					0	0	

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



Bajo este pilar están todas las iniciativas y proyectos que permiten la reposición de agua al medio ambiente. En el año 2016, el sistema Coca-Cola Brasil devolvió el doble del volumen de agua utilizado en su proceso productivo.

Este éxito se logró a través de programas de reforestación y conservación de cuencas hidrográficas, y de eficiencia y reutilización en las fábricas.

La protección de las fuentes de agua en un escenario global de escasez hídrica, que puede agravarse por el cambio climático, es fundamental. Para ello, llevamos adelante prácticas que permiten mitigar los riesgos por medio de evaluaciones de vulnerabilidades de dichas fuentes.

Para avanzar en este aspecto, intensificamos nuestro programa de protección de fuentes y estudios de vulnerabilidad, donde identificamos por medio de criterios de priorización el riesgo de escasez tanto regional como local.

A partir de los diagnósticos obtenidos es posible dirigir las acciones, observando no sólo el aspecto económico de sostenibilidad del negocio, sino también teniendo en cuenta las principales partes interesadas, los posibles impactos y las medidas de prevención a ser adoptadas.

Esto sólo es posible gracias a la combinación de la mayor eficiencia de la gestión del agua en las fábricas y el desarrollo de programas de generación y retención de agua en cuencas hidrográficas. En los últimos años,

hemos reforzado nuestras inversiones en la modernización de las líneas de producción para el aprovechamiento de agua, en la reutilización del enjuague en las lavadoras envases y en el reúso de los descartes en las estaciones de tratamiento de efluentes. Esas y otras medidas posibilitan la disminución del volumen de agua utilizado, logrando reducir en un 30% la cantidad de agua necesaria para la producción de un litro de bebida en nuestra fábricas desde 2001. Fuera de los muros de nuestras plantas, implementamos programas socioambientales de generación y retención de agua en cuencas hidrográficas a través de la reforestación y la conservación, que ya alcanzan más de 103 mil hectáreas en los estados de Amazonas (cuena amazónica), en asociación con la Fundación Amazonas

Sostenible (FAS), y en los estados de San Pablo (cuencas del PCJ y Alto Tieté), Minas Gerais (cuena del Río das Velhas) y Espírito Santo (cuena del río Doce), en sociedad con The Nature Conservancy (TNC).

El análisis de los datos y los cálculos fueron realizados por Limnotech (Michigan, EE.UU.), consultoría internacional especializada en temas ambientales, auditados por la consultora Deloitte y con soporte de la Global Environment & Technology Foundation. Para más detalles acceda el informe publicado en el sitio de The Coca-Cola Company.



Gestión de la energía y protección del clima

Nos comprometemos a crecer en nuestras actividades industriales y comerciales en armonía con el medio ambiente, siendo proactivos e innovadores.



Ratio de Uso de Energía (MJ/litros producidos)

0,35
Argentina

0,28
Brasil

0,26
Chile

0,53
Paraguay

Entrevista a Astrid Brunetti Fernández

—SUBGERENTE DE SEGURIDAD OCUPACIONAL Y MEDIO AMBIENTE

¿Por qué el tema energía y protección del clima es importante para Coca-Cola Andina?

—La energía es un recurso natural y tenemos que cuidarlo. Cuidar los recursos tratando de impactar lo menos posible en el medio ambiente es parte del ADN de nuestra Compañía. Coca-Cola Paresa, embotelladora del Grupo Andina en Paraguay, apunta a manejar su consumo energético de manera cada vez más sustentable.

El compromiso de Coca-Cola Andina con el medio ambiente es el uso racional de los recursos naturales. El 90% de la energía que utilizamos en la planta son de fuentes renovables: la energía eléctrica proviene de centrales hidroeléctricas, mientras que las calderas utilizan biomasa (materia orgánica originada en un proceso biológico, espontáneo o provocado, utilizable como fuente de energía), que también es un recurso natural renovable.

Para nosotros, no basta con apostar por aquellas fuentes renovables (hidroeléctrica, biomasa, eólica, solar); es clave ir un paso más allá para reducir el consumo de esas energías limpias. De esta manera no sólo se minimiza el impacto sobre el medio ambiente sino que también se propone una posición más

solidaria en la distribución de los recursos energéticos al demandar menos energía para su actividad productiva.

Gestionar la energía correctamente implica cuidar las eficiencias de línea en cada planta asegurándonos que los consumos sean los adecuados y trabajando mano a mano con nuestros proveedores, exigiéndoles el uso de equipos y transportes de bajo consumo y con cierta renovación tecnológica, tal como ocurre con nuestros equipos de frío. Una buena gestión reduce el impacto ambiental, mejora la matriz energética, genera consumos razonables y baja los costos.

¿Cómo gestiona Coca-Cola Andina la energía que utiliza para fabricar sus productos?

—Ser verdaderamente conscientes en materia de cuidado del medio ambiente implica una mirada de 360 grados. Es por ello que apuntamos a que el crecimiento de las actividades industriales y comerciales de la planta se lleven a cabo en armonía con el medio ambiente, siendo innovadores y proactivos ante que reactivos.

Dedicamos mucho tiempo y recursos a la mejora de las eficiencias operativas, ya que estamos convencidos de que los ratios de

energía acompañan a la eficiencia en uso de los activos. Mayores eficiencias productivas implican menores consumos energéticos.

¿Qué impacto genera Coca-Cola Andina en materia de energía? ¿En qué parte de la cadena de valor se identifican los impactos más significativos?

—Detrás de todo cambio tecnológico o nueva maquinaria que se adquiere en Paresa subyace la misma premisa: debe suponer una eficiencia energética mayor a la preexistente o proveer la más alta disponible. A pesar de lo mencionado, contamos con procesos que son grandes consumidores como el área de soplado, sistema de frío, sala de máquinas y

“El 90% de la energía que utilizamos en la planta son de fuentes renovables”.



ASTRID BRUNETTI



la elaboración de bebidas sensibles en donde el desafío es constante para reducir ratios de consumo. En el sector Industrial es donde se registran los impactos más significativos.

¿Cómo medimos las emisiones y huella de carbono de la operación? ¿Qué herramientas utilizamos como Compañía para medir los impactos?

— Nuestra Compañía cuenta con un sistema de reportes de indicadores de Gestión Ambiental, en donde se reflejan los consumos de combustibles en procesos productivos y en las propias instalaciones, así como en las actividades comerciales y de logística que indirectamente nos arrojan los valores de emisiones registradas.

Contamos con procedimientos y requerimientos corporativos, que nos marcan las políticas y las métricas para el cálculo de los Indicadores del Desempeño Ambiental, lo cual es fundamental para entender cómo estamos y en qué podemos mejorar, porque lo que no se mide no se puede gestionar.

¿Qué áreas de la Compañía son responsables de la gestión de la energía y protección del clima?

— Coca-Cola Paresa cuenta con una división de Calidad y Desarrollo Sustentable y un área de Seguridad y Medio Ambiente, que se encarga de liderar la Gestión Ambiental de la planta, pero toda la organización es responsable de la gestión de la energía y la protección del ambiente.

A su vez, dentro del área existen grupos que se encargan de definir los proyectos que la Compañía llevará adelante en materia de agua y energía, en base a los objetivos que nos fijamos año a año. Ellos son quienes se ocupan de cuantificar el impacto, el ratio de

consumo y, junto con el área de Proyectos, hacer el seguimiento garantizando que los planes establecidos se cumplan en tiempo y forma.

¿Qué mecanismos se emplean para identificar desvíos?

— En el marco del Programa de Seguridad se realizan verificaciones e inspecciones con frecuencia semanal o quincenal donde se relevan condiciones de infraestructura, uso de los elementos de protección personal y equipamiento adecuado, modos de trabajo para evitar actos inseguros pero además posibles fugas de vapor y aire comprimido, porque una circunstancia de este tipo puede provocar daños en la salud de las personas. Todos son puntos que enriquecen la labor, por eso existe una visión integrada y acciones específicas que dan cumplimiento a las metas propuestas.

¿Qué iniciativas llevamos adelante para reducir el consumo energético?

— Cada año nos fijamos objetivos de consumo más desafiantes, aplicando el concepto de la mejora continua, y para soportar esto debemos definir proyectos que nos ayuden a alcanzar esos propósitos.

Entre las iniciativas de mayor impacto implementadas que podemos mencionar se encuentran la automatización de la sala de máquinas, donde hoy todos los compresores y máquinas grandes trabajan con un sistema automático y modulado que hace que el arranque de los equipos sea suave, con lo que lleva a un menor consumo energético. Lo mismo ocurre con la caldera; la misma está preparada para operar automáticamente modulando el tiraje en las chimeneas y las bombas, lo que permite la optimización del uso de energía. También cuenta con un

economizador, que aprovecha el calor de los gases emitidos para calentar el agua de alimentación generando un ahorro energético.

Las últimas sopladoras de botellas adquiridas están preparadas para soplar a baja presión, así como el rehúso del aire de soplado que hace que su consumo de energía sea mucho menor que el de las máquinas más antiguas. De igual manera, en las nuevas áreas de la planta estamos utilizando luces LED y chapas traslúcidas para aprovechar la iluminación natural.

Además, el año pasado instalamos 35 medidores online en toda la planta para sectorizar los consumos energéticos y tener información en tiempo real sobre la cantidad de energía que consume cada área.

Nuestro propósito es establecer la cultura del cuidado del agua, la energía y la clasificación de los desechos dentro y fuera de la Compañía. En ese marco, Coca-Cola Paresa lanzó una campaña de comunicación interna para concientizar sobre el uso racional del agua, la energía y el reciclado de residuos, que incluyó durante la temporada de colonia de vacaciones en enero el dictado de tres talleres destinados a los hijos de colaboradores y actividades para la familia.

¿A través de qué procesos y procedimientos se evalúa el accionar de la Compañía respecto al uso de la energía? ¿Existen auditorías, mecanismos de consulta/reclamos o instancias de benchmarking? ¿A qué organismo rendimos cuentas sobre la gestión de este tema?

— La planta Paresa se encuentra certificada en la norma internacional ISO 14001 correspondiente a Sistemas de Gestión Ambiental. Estos

“Nuestro propósito es establecer la cultura del cuidado del agua, la energía y la clasificación de los desechos dentro y fuera de la Compañía.”

estándares son auditados periódicamente a través de auditorías internas y externas. La evolución de los indicadores de desempeño es monitoreada diariamente y mensualmente reportada al Directorio del Corporativo así como a The Coca-Cola Company. También disponemos de la información proveniente de las otras plantas, lo que nos permite realizar el benchmarking correspondiente, aunque sería importante intensificar el contacto con nuestros socios del grupo para compartir más experiencias y ganar entre todos a partir del aprendizaje de cada uno.

¿Cuáles son los desafíos hacia adelante en materia de energía y protección del clima?

— En materia de energía, en Paraguay sentimos que podemos hacer todavía más. Al compararnos con otras plantas pareciera que tenemos los números más elevados, pero somos conscientes de que es necesario seguir trabajando en la eficiencia operativa de nuestras líneas para obtener un mayor rendimiento de las mismas, lo que está muy ligado al consumo energético, y eficientizar nuestros mecanismos de control en cuanto a consumo de biomasa. Creemos que tenemos mucho por hacer pero vamos por buen camino. ●

B R A

Austeridad, un valor que ponemos en práctica

Durante todo el año se implementaron proyectos de reducción de energía, como modelo de austeridad de los recursos empleados para la elaboración de nuestros productos. Las campañas de concientización y el entrenamiento a colaboradores fueron fundamentales para cumplir con el propósito de promover el cuidado de los recursos como si fueran propios, orientando responsablemente los costos a las necesidades y requerimientos de la Compañía. Durante la celebración de la Semana del Medio Ambiente, reforzamos los conceptos y los objetivos relacionados con agua, energía y residuos porque creemos que es fundamental comunicar e incentivar las mejores prácticas de cuidado de los recursos ya que cada funcionario construye día a día la gestión de la energía.

Mantenemos nuestra planta de cogeneración de energía y generadora de CO₂ y N₂, logrando una estabilidad en la provisión de este recurso. Esta planta logra el aprovechamiento del 70% de la energía térmica proveniente de la combustión de los combustibles utilizados en los procesos productivos.

Otro eslabón fundamental es el monitoreo del desempeño. En este sentido, formalizamos las reuniones bimestrales dando acompañamiento a las iniciativas que buscan la eficiencia y reducción del consumo. Se desarrollaron planes de mantenimiento para prevenir fugas de aire comprimido y vapor, y se instalaron aislaciones en las tuberías con el propósito de evitar pérdidas de energía en el transporte de frío y/o calor.

En cuanto a la iluminación, se colocaron luminarias LED para reducir el consumo eléctrico; se instalaron sensores de movimiento para automatizar y eficientizar el uso de las luminarias; y en los lugares donde fue posible se colocaron telas translúcidas que permitieron aprovechar al máximo la luz natural para iluminar los espacios de trabajo.

La certificación de edificios sostenibles LEED es un sello de eficiencia en la operación de Brasil. En marzo de 2016, se inauguró un nuevo Centro de Distribución en el barrio de Cajú, en la ciudad de Río de Janeiro, y actualmente se trabaja en la nueva planta de Duque de Caixas que dará inicio en 2018. Ambas construcciones son el reflejo del compromiso que la Compañía tiene por reducir el consumo energético.

Eficiencia en la cadena de valor

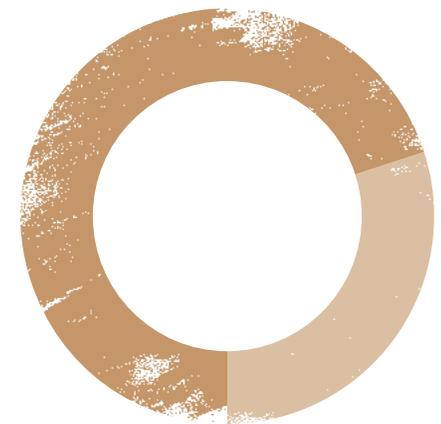
En Coca-Cola Andina medimos e implementamos mejoras en los procesos más significativos de toda nuestra cadena de valor. Porque son un eje fundamental, mantenemos un plan de reposición y modernización permanente de los equipos de frío instalados en nuestros clientes. Desde una mirada comercial, queremos que nuestros consumidores disfruten los productos a la temperatura justa y desde el punto de vista ambiental, buscamos reducir el impacto adquiriendo equipos de frío de última generación.

Seguiremos trabajando en el plan de recambio que ya alcanza a un 70% de los equipos, los cuales permiten ahorrar un 40% de energía y además utilizan gases refrigerantes ecológicos.

En Paraguay, nuestra operación fue reconocida por la Secretaría del Ambiente (SEAM) en el marco del concurso "Empresas amigables con la capa de ozono", en el que trabajamos sólidamente para mostrar los beneficios que se obtienen gracias al nuevo equipamiento instalado en nuestros clientes. También obtuvieron una distinción los proveedores de mantenimiento que nos prestan servicio, con quienes operamos en sinergia y bajo estrictos estándares de cuidado del medio ambiente.

La eficiencia energética en nuestra cadena de valor es un camino de crecimiento conjunto que vincula a clientes, proveedores y la comunidad en general.

Equipos de frío



70%
Equipos con ahorro de energía

30%
Equipos sin ahorro de energía



Análisis y eficiencia en los procesos

En Coca-Cola Andina Argentina se realizó la sistematización del arranque y parada de compresores de aire de alta presión en cinco máquinas de 560KW y una de 350KW. Al tener unidos los sistemas de arranque individuales, los equipos trabajan colaborativamente aprovechando los tiempos, lo que provoca un ahorro de energía ya que al mayor consumo lo generan cuando arrancan.

Asimismo, el proyecto trajo aparejado una menor utilización del sistema de bombeo de agua, refrigeración y detención de forzadores de torres de enfriamiento en función de la temperatura.

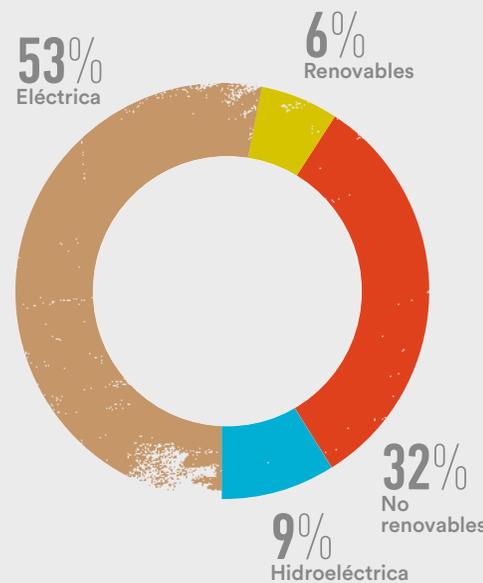
Durante 2017, se trabajó con una consultora experta en huella de carbono para llevar adelante un relevamiento e inventario exhaustivo de las emisiones generadas en nuestros procesos. Los resultados se obtendrán en los primeros meses de 2018 junto a las sugerencias y planes de mejoras.

En la planta de Bahía Blanca se colocaron aislaciones en Línea 3, lo que reduce el consumo al evitar pérdidas de calor en equipos significativos como las lavadoras.

En la planta de Trelew se automatizaron los compresores de amoníaco de la torre de enfriamiento, eliminando los tiempos muertos de funcionamiento.



Uso de energías



Compromiso e innovación

En Coca-Cola Andina Chile, se trabajó durante todo el año para reducir el consumo de energía aumentando la eficiencia, bajando costos y ampliando la vida útil de los aparatos eléctricos. Se comenzó a instalar la tecnología de EnerKeeper, un sistema de ahorro mediante la mejora de calidad de la carga de potencia del sistema de distribución de energía; lo que también conlleva una reducción de emisiones de CO₂. El sistema funciona mermando las pérdidas de energías que se originan por la distorsión de armónicos que tienen las instalaciones.

Se instalaron sistemas de iluminación LED en la planta de Renca y en cinco centros de distribución, para lo que se trabajó en conjunto con la marca líder Philips Lighting que puso en funcionamiento el reemplazo. Estas 2.000 luminarias de alta eficiencia generan una notable reducción en el consumo de energía eléctrica y mejoran los espacios de trabajo.

El ejercicio de monitoreo permanente de la gestión de la energía incluyó en 2017 la realización de un estudio específico sobre eficiencia energética, que arrojó conclusiones muy valiosas que llevarán a implementar proyectos de mejora enfocada.

La capacitación y concientización son un pilar fundamental, ya que cada uno de los colaboradores es responsable de cuidar los recursos. En este sentido, fueron capacitados agentes claves de la operación en conceptos como medio ambiente y cuidado de los recursos.

Por otro lado, continúan operando los 31 vehículos guiados por láser (LGV) que contribuyen a reducir nuestra huella de carbono, haciendo de las instalaciones lugares más seguros para los operadores y reduciendo costos de inventarios.

Durante 2017, se capitalizó al 100% la renovación de la flota de camiones que se adquirieron en 2016. Son 151 camiones Euro V de Mercedes Benz con tecnología de avanzada BlueTec5, que logra una combinación perfecta entre cuidado del medio ambiente y reducción del consumo de combustible.



GRI:
103-2
301-1
302-4
302-5
305-5
305-6



Reconocimientos que nos alientan a mejorar

En las instalaciones de nuestra planta en Paraguay se realizó la automatización de la sala de máquinas, quedando los compresores y grandes motores bajo un sistema automático y modular de arranque dando un inicio suave que reduce el consumo energético. El mismo concepto se aplicó en la caldera, que adicionalmente está preparada para que los gases emitidos calienten el agua de ingreso economizando su funcionamiento.

Gracias al trabajo en equipo se están poniendo a punto más de 30 medidores online que permiten segregar el consumo energético por líneas de producción, optimizando las respuestas ante posibles desvíos.

Las nuevas adquisiciones de sopladoras son de última tecnología y están preparadas para trabajar en baja presión ahorrando energía de manera significativa comparándolas con las máquinas más antiguas.

Se continúa con la implementación de luces LED en las nuevas áreas y con chapas traslúcidas en los casos donde se puede aprovechar la luz natural.

Las capacitaciones sobre la importancia del cuidado de los recursos alcanzaron a los colaboradores y a sus familias, quienes fueron protagonistas de una serie de actividades lúdicas propuestas. Creemos que es fundamental la sensibilización de los colaborado-

res y su entorno para lograr un cambio cultural de austeridad en el uso de los recursos, dentro y fuera de la Compañía.

En 2017, Coca-Cola Paresa fue premiada en el marco del concurso nacional “Empresas amigables con la capa de ozono” que organiza la Secretaría del Ambiente (SEAM) de Paraguay. La convocatoria se lanzó en el marco de la celebración de los 30 años de vigencia del Protocolo de Montreal, diseñado para proteger la capa de ozono, y con el objetivo de destacar el compromiso de las empresas que contribuyen al cumplimiento de las obligaciones estipuladas en el documento, y que aplicaron estrategias y acciones que apuntan a reducir y/o evitar la emisión a la atmósfera de las sustancias que agotan la capa de ozono (SAO).

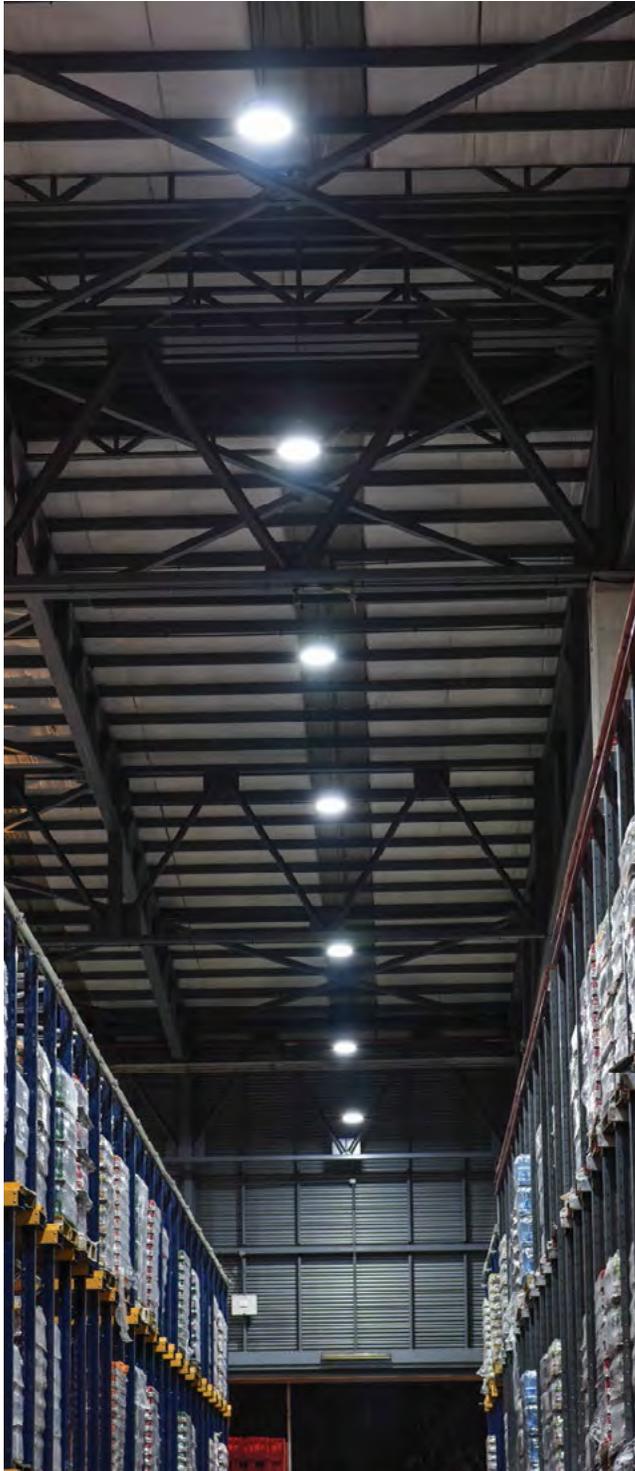
Precisamente, la Compañía fue distinguida en la categoría “Promoción de sustancias alternativas a las SAO” por el empleo de Gas R-744 (CO₂) como gas refrigerante en las heladeras de bebidas que se utilizan en los puntos de venta. El CO₂ es considerado la mejor alternativa ecológica frente a otros refrigerantes, ya que es inocuo para el medio ambiente y seguro para el futuro.

Además de un orgullo, este premio es un compromiso para seguir innovando y dar a conocer las múltiples acciones que se implementan y son parte de la cultura de la Compañía en materia de preservación y cuidado del ambiente.



Tipos y cantidad de equipos instalados

	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay
Sólo controlador electrónico	6.700	28.363	2.674	13.487
Sólo LED	0	6.043	4.491	6.010
Sólo controlador electrónico + LED	50.140	20.350	45.974	26.338
Otros	36.568	24.661	22.799	7.576
Total	93.408	79.417	75.938	53.411



Iluminación LED, La Gran Apuesta Para el Ahorro Energético

Durante el 2017 se completó el proceso de instalación y funcionamiento de los sistemas de iluminación LED de Philips instalados en la planta embotelladora y en centros de distribución de Coca Cola Andina, que permitieron reducir notablemente el consumo de energía y mejorar los espacios de trabajo de la Compañía.

El proveedor Philips Lighting completó con éxito el proceso de instalación de 2.000 luminarias LED de alta eficiencia, obteniendo una reducción drástica del consumo de energía para la iluminación. Esta acción se enmarca en las iniciativas de sustentabilidad corporativa de Coca-Cola Andina para minimizar las emisiones de carbono a partir de la optimización del consumo energético y la implementación de energías renovables en sus instalaciones productivas.

El desafío era mejorar las condiciones laborales de los colaboradores y bajar los

costos de energía por concepto de iluminación en la planta productiva de Renca y en los centros de distribución de Carlos Valdovinos, Maipú, Puente Alto, Rancagua y San Antonio. La inversión realizada en las instalaciones industriales permitió una reducción del 54% en la potencia instalada. Esto representó un ahorro directo del costo de la energía estimado en 3.178.829 (kWh/año) y equivalente al consumo promedio anual de 1.200 hogares en Chile.

Por otro lado, se logró la reducción de costos de mantenimiento por reposición de

lámparas, ya que los equipos LED ofrecen una extensa vida útil. En las áreas donde se realizó el proyecto, el nivel de iluminación promedio era de 40 lux y en algunas zonas críticas llegaba sólo a 8 lux. Actualmente, el cambio de tecnología aporta una media de 180 lux, lo cual supera la norma y permite un ambiente de trabajo más agradable, seguro y eficiente. La mejora en el confort visual de los trabajadores se manifiesta tanto en los niveles de iluminación logrados como en la uniformidad y el bajo índice de deslumbramiento, lo que ha contribuido también a la reducción de la tasa de accidentabilidad.

Esta actualización tecnológica llevada a cabo por Coca-Cola Andina en su sistema de iluminación se enmarca en un plan de optimización del consumo energético como paso imprescindible para la incorporación de energías renovables en sus instalaciones productivas. Sólo con este cambio de tecnología, la embotelladora logró reducir la emisión de más de 1.200 toneladas de CO₂ al año. ●

“Con este cambio de tecnología, la embotelladora logró reducir la emisión de más de 1.200 toneladas de CO₂ al año”.

GESTIÓN DE LA ENERGÍA

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

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

RATIO DE USO DE ENERGÍA (MJ/LITROS PRODUCIDOS)								
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
ARGENTINA	0,30	0,28	0,33	0,30	0,34	0,33	0,34	0,35
BRASIL	0,41	0,36	0,34	0,30	0,33	0,38	0,23	0,28
CHILE	0,31	0,24	0,31	0,29	0,28	0,28	0,29	0,26
PARAGUAY	0,56	0,56	0,54	0,55	0,59	0,60	0,54	0,53

CONSUMO ENERGÉTICO TOTAL DE LA ORGANIZACIÓN (MJ)					
	2013	2014	2015	2016	2017
ARGENTINA	381.459.583,5	445.780.496,4	436.258.050,8	415.967.650,4	417.306.969
BRASIL	322.477.904,4	357.552.233	532.914.687,5	300.542.077,8	344.041.575
CHILE	280.560.991,8	266.557.790,8	263.317.812,5	270.778.919	231.575.869,4
PARAGUAY	194.232.996,1	211.853.605,1	210.805.200,2	192.695.335	193.164.292,5
TOTAL	1.178.731.476	1.281.744.125	1.443.295.751	1.179.985.998	1.186.090.723

(combustibles renovables y no renovables, electricidad adquirida y producida) en MJ

CONSUMO DE COMBUSTIBLES DE FUENTES RENOVABLES (MJ)			
	2015	2016	2017
Biomasa	153.580.443	65.478.287	64.704.645
Hidroeléctrica	128.975.580	109.958.400	111.280.320
Solar	1.059	600	605
Biogás	12.636.824	1.365.725	11.399.241
TOTAL ANDINA	295.193.907	176.803.012	187.384.811

MEDIMOS LAS EMISIONES DE GASES

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

Tipos de emisiones

La medición del Alcance 1 comprende las emisiones directas producto del consumo de combustibles en procesos productivos y/o en equipos de propiedad o control de la Compañía. En el caso de vehículos de flota, se consideran sólo los que son propiedad de la Compañía. El 2017 fue clave porque trabajamos intensamente con las áreas logísticas para mejorar la información reportada y poder informar.

Se entiende por Alcance 2, aquellas emisiones indirectas producto del consumo de

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

Para elaborar el Alcance 2 debemos analizar la realidad energética de cada país donde operamos.

TOTAL DE EMISIONES CO ₂ (EQ)	
A1	53.155.332
A2	61.189.906
A3	107.159.092
kg CO ₂ eq	221.504.331
gr CO ₂ EQ	2,21504E+11
RATIO	60,52

Las emisiones de Alcance 3 son definidas como otras fuentes indirectas asociadas a la electricidad utilizada por nuestros refrigeradores y máquinas expendedoras en las instalaciones de nuestros clientes, y el combustible utilizado por nuestros distribuidores terceros. Estas emisiones son monitoreadas por país y se gestionan con renovación de equipos de frío y mejoras en las rutas de distribución trabajadas en conjunto con

los distribuidores. Las emisiones totales de Alcance 3 en su mayoría están relacionadas a la calidad de energías disponibles en cada país, ya que los equipos de frío instalados en los clientes consumen energía eléctrica domiciliaria.

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

HUELLA - ALCANCE 1		
	Emisiones KG CO ₂ (eq)	
	Sin flota propia	Con flota propia
ARGENTINA	12.842.901,80	12.842.901,80
BRASIL	3.688.972,07	25.463.927,88
CHILE	13.585.597,09	13.665.300,21
PARAGUAY	1.183.202,48	1.183.202,48
TOTAL	31.300.673,44	53.155.332,37

HUELLA - ALCANCE 2	
	Emisiones Mix eléctrico Kg CO ₂ (eq)
ARGENTINA	23.766.702,98
BRASIL	11.715.493,92
CHILE	23.451.207,07
PARAGUAY	2.256.503,00
TOTAL	61.189.906,97

HUELLA - ALCANCE 3	
	Emisiones CO ₂ (eq) en Kg / Flota terceros
ARGENTINA	61.360.498,91
BRASIL	
CHILE	28.941.679,34
PARAGUAY	19.247.726,25
TOTAL	109.549.904,51

FLOTA DE CAMIONES Y KM RECORRIDOS (2017)

	Flota de camiones (número de camiones)		Kilómetros recorridos	
	Propia	Terceros	Propia	Terceros
ARGENTINA	0	829	0	40.504.200
BRASIL	862	85	12.983.048	1.417.810
CHILE	166	471	782.200	19.322.019
PARAGUAY	0	314	0	12.857.548

Empaques sustentables

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

Reciclado de Residuos sólidos

89,5%

Argentina

88,1%

Brasil

80,5%

Chile

76,9%

Paraguay

Generación de residuos sólidos (gr/l bebida producida)

15,7

Argentina

6,3

Brasil

18,8

Chile

21,3

Paraguay



Entrevista a Carolina Arrieta

—GERENTE DE CALIDAD INDUSTRIAL Y MERCADO

¿Cómo gestiona Coca-Cola Andina las materias primas para fabricar los envases que utiliza; los efluentes y residuos que genera?

—En lo que respecta a materias primas trabajamos con proveedores reconocidos y auditados por The Coca-Cola Company a los que se les exige certificaciones ambientales y el cumplimiento de una serie de normativas asociadas a principios rectores como condiciones laborales adecuadas, respeto y cumplimiento de las disposiciones legales vigentes, etc.

Además incentivamos el desarrollo de prácticas como agricultura sustentable y la certificación de materias primas que provienen de la producción primaria como el azúcar, los granos para producir la frutosa y los cítricos para fabricar los jugos de frutas. Un ente independiente audita estos proveedores y verifica que cumplan con las normas de gestión, apuntando no sólo al aspecto ambiental sino también al trabajo regulado a fin de asegurar la trazabilidad total de la materia prima.

Por otra parte, los efluentes líquidos resultantes de la producción se colectan, se canalizan y terminan en una planta de tratamiento que se caracteriza por el uso de una tecnología distintiva dentro del sector de las Bebidas basada en un sistema aeróbico y anaeróbico, con un elevado nivel de inversión. Tanto el efluente industrial tratado como los desechos cloacales van directo a la planta de tratamiento de efluentes municipal.

En este aspecto, así como The Coca-Cola Company establece requisitos para los proveedores de materias primas que sobrepasan los exigidos en el rubro en general, al momento de analizar los efluentes, a las obligaciones municipales se suman los “Requerimientos Operativos de Coca-Cola” (KORE por sus siglas en inglés) y las auditorías externas sorpresivas para corroborar su cumplimiento.

Por último, aseguramos la segregación de residuos sólidos en origen para posibilitar su posterior reciclado a partir de material ya clasificado en nuestra Isla Ecológica.

Cabe destacar que las acciones de sustentabilidad comienzan con la reducción del uso de recursos como agua y energía para lo cual también hay planes asociados a esos objetivos.

¿Por qué el tema empaques sustentables es importante para Coca-Cola Andina?

—Para comercializar una botella necesitamos el uso de tres principales recursos: el agua, la energía y el empaque. Ese es el gran impacto que identificamos y naturalmente gestionamos, porque estamos comprometidos con la sustentabilidad ambiental y con tratar de reducir la huella ecológica en la producción de las bebidas que fabricamos. Este fuerte compromiso está establecido tanto en las políticas de The Coca-Cola Company como de Coca-Cola Andina.

Entre las acciones dirigidas a la disminución o eliminación del impacto se encuentran: la reducción del uso de materiales a través del aligeramiento de envases tanto en empaques primarios que están en contacto directo con el producto final como secundarios (por ejemplo ▶





“Los proyectos aprobados en Planta Montecristo en 2017 permitirán reducir en más de 150 toneladas de PET nuestro impacto en el mercado en 2018”.

un film termocontraíble); la retornabilidad de los empaques (que tengan una mayor cantidad de reingresos al mercado hasta su destrucción final); la reducción de la merma durante la producción; el uso eficiente de materiales, y otras acciones con foco en el reúso del material generado, ya sea con una reintroducción del mismo en la producción de nuevos envases o la producción de bienes como telas, films plásticos y papel reciclado, entre otros.

Algunas de las iniciativas para la reintroducción de empaques son el proyecto Bottle to Bottle, gracias al cual el PET reciclado se reinserta en una proporción dentro de nuevos envases, y el reciclado de material de cajones plásticos empleando el 100% del cajón.

¿Cómo medimos los impactos? ¿Qué herramientas utilizamos como Compañía para medirlos?

—En Coca-Cola Andina medimos la gestión ambiental a través de indicadores como: la evolución de la generación de residuos por

litro de producto producido (mientras más bajo es el indicador mayor es la eficiencia en el uso de materiales); el porcentaje de residuos reciclados; la reducción en el peso de materiales aligerados como preformas (los proyectos aprobados en Planta Montecristo en 2017 permitirán reducir en más de 150 toneladas de PET nuestro impacto en el mercado en 2018), y film termocontraíble (se reducirán 59 toneladas en 2018); disminución del uso de agua por litro de bebida; también del uso energético en sus diferentes fuentes y cantidad de cajones reciclados producidos; entre otros.

Es importante aclarar que los procesos de aligeramiento se realizan bajo procedimientos de ensayo metódicos, a fin de asegurar que las características de calidad en el producto y la funcionalidad del empaque no se vean alteradas en el cambio.

Para cada uno de estos indicadores nos proponemos objetivos desafiantes que revisamos todos los años en función del

desempeño, involucrando a todas las áreas de la Compañía.

¿Qué áreas de la Compañía son responsables de la gestión de las materias primas y residuos?

—Todas las áreas de la Compañía tienen impacto en la gestión de sustentabilidad ambiental, ya que la operación es quien hace uso de los recursos en el desarrollo de la tarea diaria, y sin su apoyo y compromiso la gestión no sería posible.

En lo formal, la tarea es liderada principalmente por el área de Calidad a través de planes, monitoreos y seguimientos con los que vamos generando e implementando los proyectos de mejora y comunicando sobre el desempeño de los indicadores, y el área de Relaciones Institucionales que está más asociada a las acciones de recupero de material del mercado.

¿Qué iniciativas llevamos adelante para reducir los impactos identificados, la presencia de residuos y contribuir al desarrollo de la conciencia ambiental?

—En Coca-Cola Andina existe una política a partir de la cual se desprenden proyectos con objetivos, inversión y recursos dispuestos para llevar adelante los planes de trabajo a fin de reducir y minimizar nuestros impactos, con actividades de formación y seguimiento.

Lideradas por el área de Relaciones Institucionales, la Compañía desarrolla actividades de concientización con la comunidad invitando a los colaboradores a participar. Es decir, que más allá del esfuerzo interno por reducir el impacto directo originado por el uso de los recursos y materias primas que emplea, también trabaja hacia afuera a fin de que las personas tomen conciencia sobre el impacto ambiental y la importancia de llevar adelante actividades como segregación de residuos, reciclado y recuperación de materiales para el cuidado del medio ambiente. ●



Diseño

Todos los años disponemos de formatos que aún tienen posibilidades de reducir su gramaje según la línea donde se estén produciendo. Durante el 2017, los esfuerzos en alivianar los envases llevaron a un ahorro de resina de 236 toneladas anuales. Esto también significó un ahorro de USD 405.345.

El agua mineral Vital fue el producto seleccionado en el marco de un plan piloto llevado adelante por el Ministerio del Medio Ambiente de Chile para reformular los envases. El elegido para el proyecto de eco-diseño fue el nuevo Ecoflex, que redujo en un 30% la cantidad de plástico necesaria para la elaboración de los envases y que se transformó en el primer empaque en lucir el "sello ambiental bajo en residuos". El diseño EcoFlex fue mencionado en ediciones anteriores con Bonaqua en Argentina, pero teniendo en cuenta la realidad chilena vale destacar los esfuerzos de la Compañía por ampliar los alcances de las buenas iniciativas.

AHORRO DE
197 t
DE PET en 2016

AHORRO DE
236 t
DE PET en 2017



ver más

El packaging del 100% de los productos que ofrecemos es reciclable. El 100% de los embalajes secundarios son reciclables. El 38,5% del mix de gaseosas es producido en botellas retornables.



Bottle to Bottle

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

Durante el 2017, se llegó a producir envases que contienen hasta un 20% de PET reciclado, lo que se puede identificar a través de la inscripción "Pet PCR (Post Consumo Reciclado)". Aunque este concepto es más conocido por la industria plástica, nuestros envases de vidrio siguen esta misma lógica logrando producciones de botellas de vidrio con hasta el 70% de material reciclado.

El esfuerzo es aún mayor porque no siempre la resina reciclada es más económica que la virgen, por lo tanto la Compañía destinó un incremental de 236 USD para tener en sus botellas un porcentaje de resina reciclada.

1.593 t
RESINA RECICLADA
en 2016

6.667 t
RESINA RECICLADA
en 2017



Envases retornables

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

Durante el 2017, se lanzó la campaña "Elige Retornable" para incentivar la preferencia por este tipo de envases, a fin de concientizar a la población sobre el impacto que los distintos tipos de empaques generan en el medio ambiente.

En el marco de esta iniciativa, Coca-Cola Andina Chile encargó un estudio a DICTUC y TriCiclos sobre el análisis del ciclo de vida de sus envases familiares retornables y desechables, que arrojó información sobre huella de carbono y generación de residuos.

Específicamente, el estudio cuantificó los impactos ambientales considerando todas las etapas por las que pasan los distintos tipos de envases, desde la extracción de la materia prima, transporte y producción hasta su disposición final.

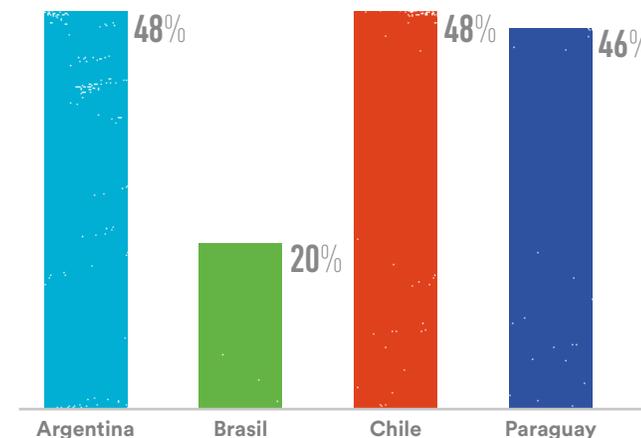
Para ello, el análisis se centró tanto en el envase como en los insumos (tapas y etiquetas). Los formatos de interés utilizados para la investigación fueron el plástico desechable PET de 1.5 lt, el vidrio retornable de 1.25 lt y el plástico retornable PET de 2 lt.

En cuanto a huella de carbono, el estudio arrojó como resultado que, al consumir 4 litros de bebida en botellas retornables PET en comparación con botellas desechables de PET, la reducción de emisiones de CO₂ equivalente se puede traducir en:

33 horas
DE USO DE UNA LÁMPARA
BAJO CONSUMO
62 horas
DE CARGA DE UN CELULAR
2 días
DE ABSORCIÓN DE
CO₂ DE UN ÁRBOL



Ventas en empaques retornables





La Estrategia de Empaques

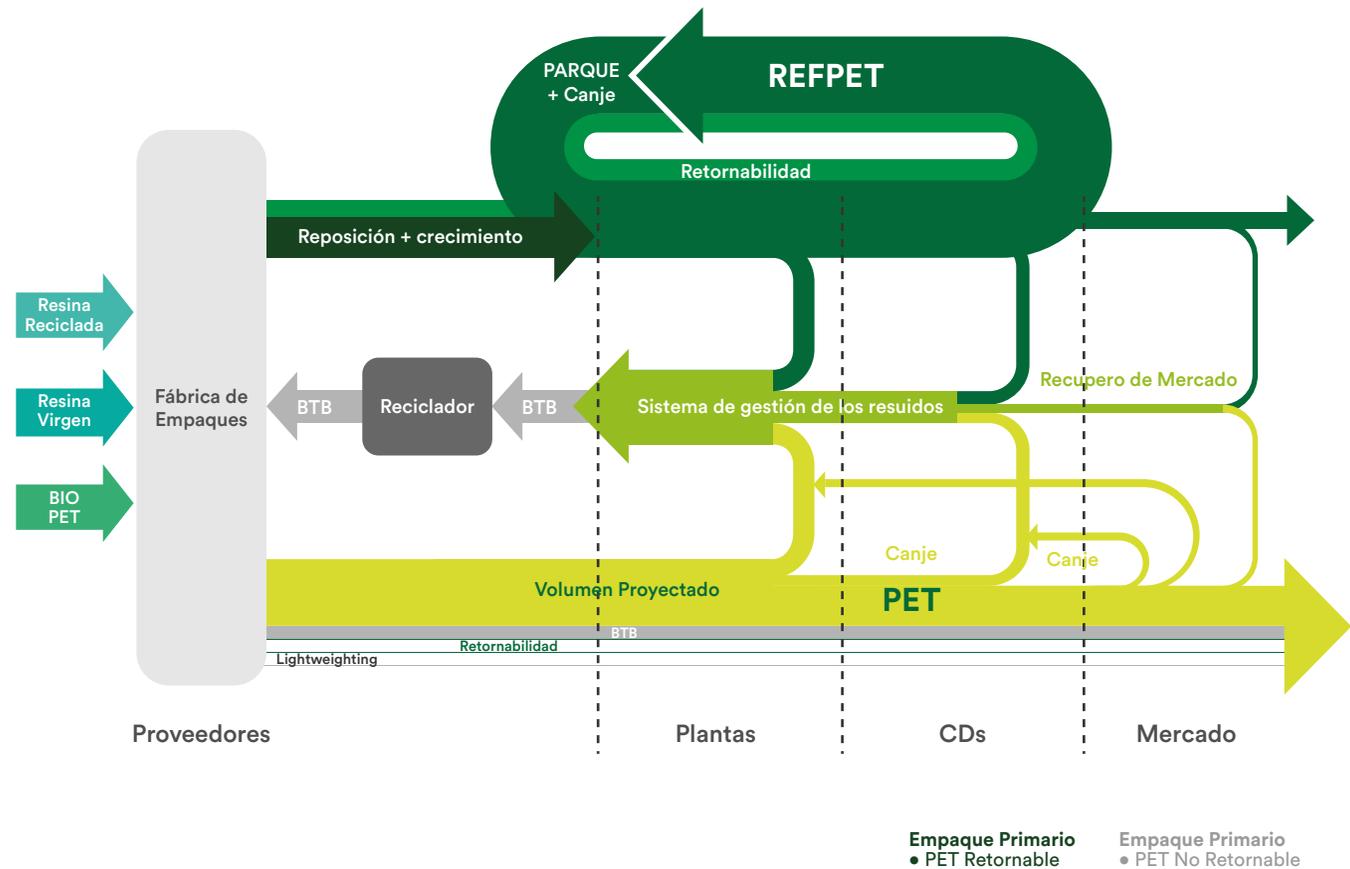
- > Ampliar el uso de envases retornables.
- > Reducir continuamente la cantidad de insumo necesario para producir nuestros envases.
- > Aumentar el uso de materia prima reciclada en los envases producidos.
- > Contribuir con el progreso de los sistemas de logística reversa de los envases desechables, a través del desarrollo social y estructural de cooperativas en las comunidades donde operamos.

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

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

Todos los países lograron recuperar 3.131 toneladas de residuos posconsumo gracias a las iniciativas comerciales y con la comunidad.

Ciclo de vida envases PET





Puntos limpios, alianzas con empresas B

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

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

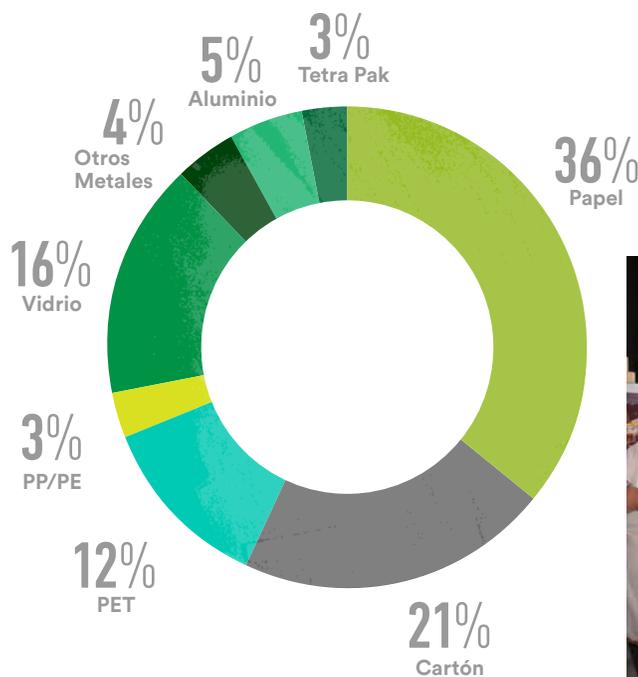
Esta mini planta de valorización busca resolver de manera inteligente el desafío de logística, que es uno de los principales inconvenientes de los sistemas de recupero; logrando eficiencia y trazabilidad de los materiales y generando un impacto positivo y significativo en el estilo de trabajo de los recicladores de base. Éstos pasan a ser actores claves ya que no sólo prestan un servicio, sino que además ofrecen educación ambiental para la comunidad de su entorno. De esa forma el sistema se posiciona como un modelo de triple resultado.

La campaña se implementó en la comunidad de Santiago de Chile pero también se realizó puertas adentro para la comunidad de la Compañía. Los resultados fueron:

MATERIAL RECUPERADO EN 2017
155 kg



Bus de reciclaje



Así funcionará la Ley de Responsabilidad Extendida al Productor





Coletivo Reciclagem

En Brasil, el escenario del reciclaje es bastante desafiante. Desde el descarte incorrecto de los residuos que ocasiona graves consecuencias ambientales, hasta la situación de vulnerabilidad social que envuelve el trabajo de los recolectores, muchas son las dificultades. Además, de los casi 6.000 municipios existentes en el país, sólo 1.000 tienen recolección selectiva y dentro de ellos, apenas algunas localidades cuentan con el servicio.

Sin embargo, en Coca-Cola Andina creemos en el potencial transformador del trabajo en red, del que el Acuerdo Sectorial de envases es un claro ejemplo. Firmado a fines de 2015, esta alianza prevé el desarrollo de un plan de acción de residuos en el contexto de la logística inversa, con el objetivo de reducir en un 22% la cantidad de envases posconsumo destinados a vertederos a finales de 2018.

Coca-Cola Andina Brasil, como fundadora e impulsora del Compromiso Empresarial para el Reciclaje (CEMPRE), lideró la creación de la llamada Coalición Empresarial de Embalajes que fue determinante para la firma de ese acuerdo. En febrero de 2017, se presentaron los primeros resultados de la iniciativa.

Conjuntamente, los asociados de la coalición actuaron en 422 municipios de 25 estados, alcanzando el 51,2% de la población brasileña. Se apoyaron más de 700 cooperativas de recolectores y se instalaron cerca de 2.000 puntos de distribución voluntaria.

Semana del movimiento Coletivo Reciclar

Apoyamos a 29 cooperativas del estado de Río de Janeiro y del interior de San Pablo, beneficiando directamente a 3.000 personas aproximadamente. En cada una de las organizaciones, estuvimos presentes a través de acompañamiento técnico, diagnósticos, entrenamientos e inversiones en infraestructura.



El objetivo es **reducir** en un **22%** la cantidad de **envases posconsumo** que irán a vertederos.

POSCONSUMO
RECUPERADO
3.070 t.

ARG

Compromiso con el trabajo sustentable e inclusivo

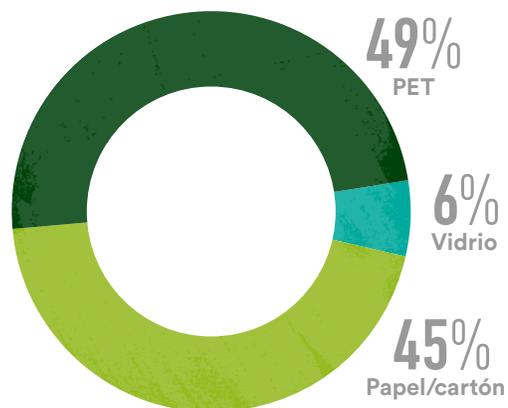
En 2017, la Compañía continuó con el Programa de Apadrinamiento de Cooperativas que busca mejorar el entorno laboral de los recicladores, incrementar la productividad de sus plantas de reciclado y aumentar los índices de recupero de PET y otros materiales reciclables; dejando capacidades técnicas instaladas en cada una de ellas para lograr la autosustentable de las cooperativas a largo plazo.

En el marco de ese compromiso, adhirió además al programa Reciclo que lanzó Coca-Cola de Argentina con el propósito de aumentar el recupero y el reciclaje de residuos urbanos.



Desde el inicio del programa, se han recuperado 31.635 Kg de material reciclable: 15.464 Kg son de plástico PET.

Apadrinamiento de Cooperativas



CHI

Educación Ambiental con un Rol Activo

El programa de educación medioambiental implementado a través de la empresa Kyklos busca la transformación de la comunidad educando a los niños, propicia un cambio en la malla curricular de los colegios y los acompaña en el logro de la certificación ambiental.

Los alumnos son agentes de cambio de su comunidad ya que incorporan prácticas de reciclado y reducción de materiales; nuevas habilidades que contribuyen a mejorar la calidad de vida y el bienestar de la sociedad.

El programa involucra a los municipios de Renca, Maipú y Puente Alto, donde alrededor de 38.000 niños fueron formados y lograron reciclar más de 21.000 Kg de residuos, de los cuales 2.000 Kg fueron de PET, evitando así que su destino final fueran los vertederos.



ARG

Apadrinamiento de emprendimientos sustentables

Fundación Ecoinclusión

El proyecto conjuga el compromiso por el cuidado del medio ambiente con el sueño de otorgarle un techo a quienes más lo necesitan. A partir de la recolección de botellas de plástico, la fundación fabrica ladrillos ecológicos para construir viviendas. Con 20 botellas se obtiene un ladrillo, que a diferencia del ladrillo convencional de barro cocido es más liviano, mejor aislante y su proceso productivo no daña el medio ambiente.

3C Construcciones

El proyecto propone construir viviendas con ladrillos PET, a través de un proceso industrial sin uso de agua y muy poca energía que reutiliza materiales de descarte. La calidad de las construcciones es probada con prototipos reales demostrando excelentes resultados. Se trata además de una solución habitacional de bajo costo, alrededor de un 40% de lo que cuesta construir una vivienda tradicional.

Ambos proyectos recibieron el patrocinio de Coca-Cola Andina Argentina en el marco del programa Emprende INNdustria del Gobierno de la Provincia de Córdoba.



ARG

Reciclado de vidrio

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

CHI

Campaña de reciclaje de vidrio COANIQUEM

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

Gracias a la campaña de reciclaje de vidrio, se ha podido solventar la construcción de "Casabierta", lugar de acogida donde niños de Chile y países vecinos permanecen durante su período de rehabilitación. En la residencia se entrega hospedaje y alimentación a cada niño y a uno de sus familiares. Adicionalmente, reciben educación escolar compensatoria a través del Colegio Hospitalario Casabierta COANIQUEM.

A través de esta campaña, la institución recupera el vidrio y con los fondos que se obtienen del reciclado logra el mantenimiento de los servicios que presta a la comunidad.

EN 2016
COCA-COLA ANDINA
CHILE DONÓ
131.670
KG DE VIDRIO

EN 2017
COCA-COLA ANDINA
CHILE DONÓ
812.614
KG DE VIDRIO





Desde el inicio del programa en diciembre 2016 hasta diciembre 2017, se recolectaron, acondicionaron y compactaron 31 t de residuos, de los cuales 15 t son de PET.

ARG

Reciclaje con Economía Circular

El programa de reciclaje de envases plásticos sigue madurando y generando valor gracias al compromiso social y el trabajo mancomunado del sector público y privado. En 2017 se lanzó Reciclo, otra iniciativa de Coca-Cola de Argentina que busca aumentar el recupero de residuos urbanos.

A dos años de su puesta en marcha, los resultados de la primera red de reciclaje de envases plásticos en la ciudad de Córdoba son más que positivos. No sólo por las toneladas de material reciclable recolectado, sino por las mejoras en la calidad de vida que generó en torno a la Cooperativa Los Carreros, que se encarga de la logística de recolección, acondicionamiento y enfiado de los envases para su venta y posterior reciclado.

El colectivo pasó de tener 11 colaboradores a contar con 19, quienes disponen de nuevas herramientas y máquinas para trabajar de manera segura y eficiente. En 2017, se incorporó una moladora de vidrio y una cinta transportadora gracias a la donación de la empresa Tetra Pack, lo que refleja un incremento del trabajo y el surgimiento de nuevas oportunidades.

El desafío durante el año pasado fue hacer de este Programa un ejemplo de economía

circular, para lo que puertas adentro de la Compañía trabajamos colaborativamente con áreas como Abastecimiento y Calidad. El propósito es darle mejor uso al material recolectado por la Cooperativa e incentivar su re inserción dentro del ciclo productivo.

La formalización jurídica de “Los Carreros” permitió sentarnos a la mesa con recicladores de mayor escala, eliminando intermediarios en el precio de venta del material. Mejorar la calidad del acondicionamiento fue un compromiso asumido por la presidenta de la asociación, Lorena Castaño, y su equipo en busca de mejorar las ventas y lograr mayores ingresos.

Una vez garantizados los volúmenes de recolección; el cumplimiento del programa; una mayor eficiencia de la Cooperativa y en consecuencia mejores precios de ventas y calidad del residuo, pudimos asumir una meta de porcentaje de PET reciclado en nuestras ►



Gracias al **apoyo del sector público**, se colocó **asfalto** en la calle donde se ubica la Cooperativa. Los **ingresos** por venta de material **mejoraron**, lo cual también trajo aparejada una **mejora en la calidad de vida** de los miembros y sus **familias**.

botellas que se podrán identificar en los envases con las siglas “PET PCR”.

La meta es incorporar un 20% de PET reciclado en nuestros envases; en el primer año llegamos a un 13% lo cual nos llena de orgulloso y nos plantea nuevos desafíos para alcanzar el objetivo propuesto de manera sostenida.

Si bien la Compañía paga más por la resina reciclada, estamos convencidos de que debemos apoyar este tipo de iniciativas para que el residuo se convierta en un material con valor. Los beneficios al medio ambiente no siempre traen aparejados ahorros económicos, pero es sosteniendo estas decisiones y sumando voluntades que lograremos alcanzar un equilibrio social, ambiental y económico. ●





RECICLADO DE RESIDUOS SÓLIDOS				
	2014	2015	2016	2017
ARGENTINA	91,0%	92,2%	89,7%	89,59%
BRASIL	91,0%	90,1%	88,7%	88,18%
CHILE	82,9%	83,3%	80,2%	80,56%
PARAGUAY	80,0%	75,3%	71,9%	73,10%

GENERACIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS				
	2014	2015	2016	2017
ARGENTINA	13,76	12,96	13,98	15,74
BRASIL	11,76	10,86	6,49	6,30
CHILE	15,42	14,75	19,09	18,77
PARAGUAY	23,30	25,99	25,26	22,37

Gramo/litro de bebida producida

MATERIAS PRIMAS UTILIZADAS (TONELADAS)	ARGENTINA	BRASIL	CHILE	PARAGUAY
Plástico PET virgen	17.604	14.077	13.540	5.592
Plástico PET reciclado	1.240	5.426	-	-
Vidrio virgen	3.492	1.420	8.167	10.2471
Vidrio reciclado	2.875	-	-	1.629
Plástico Tapas virgen	2.009	2.200	1.529	810
Plástico Cajas virgen	353	569	313	19.606
Plástico Cajas reciclado	824	-	-	6.535
Plástico stretch film + Termocontraible	1.907	2.696	399	906
Pallets de madera	3.288	2.958	-	23.709
Azúcar	94.596	111.571	73.619	33.156
Fructuosa	9.484	-	-	-
CO ₂ (insumo)	8.685	9.812	7.808	2.814
Chapadur (separador de cartón prensado)	3.939	-	-	-

GENERACIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS (TONELADAS)	ARGENTINA	BRASIL	CHILE	PARAGUAY
Papel / Cartón	897	880	747	454
Vidrio	4.555	423	5.954	3.149
Tapas	278	213	395	29
Metales (todos excepto aluminio)	140	448	55	259
Residuos peligrosos	1.039	46	216	12
Aluminio	8	72	10	-
PET	2.828	1.114	1.837	327
Plástico (todos excepto PET y PP de tapas)	1.415	631	816	400
Madera	950	2.889	3.096	893
Orgánicos	-	-	364	-
Otros reciclables	4.287	154	-	-
Otros no reciclables	2.247	920	2.988	2.181

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

Ambiente de trabajo

Promovemos un entorno laboral seguro y acogedor. Creemos que las personas motivadas constituyen la base de la sustentabilidad empresarial, que permite construir una mejor Compañía.

Tasa de Ausentismo

2,85%

Argentina

1,50%

Brasil

4,00%

Chile

1,30%

Paraguay





Juntos Somos Más

Nada grande se ha hecho en el mundo sin una gran pasión y el trabajo en equipo donde el todo es más que la suma de las partes. Esa es la sinergia que caracteriza a Coca-Cola Andina y la que seguimos reforzando, seguros de que cuando nos rodeamos de personas apasionadas para perseguir un propósito común, todo es posible.

Coca-Cola Andina es “una Compañía, un solo equipo”. Bajo este lema, todos los que formamos parte somos importantes para la gestión del día a día y el logro de los objetivos, y al mismo tiempo responsables de garantizar un buen clima de trabajo.

Somos más de 16 mil colaboradores a lo largo de las cuatro operaciones para quienes la Compañía es nuestra segunda casa y por eso buscamos hacer de ella el mejor lugar para trabajar, convencidos de que la felicidad laboral es fundamental para el desarrollo de nuestras actividades, el bienestar de nuestra gente, el crecimiento económico y en definitiva el éxito de la organización.

El alcance de nuestras operaciones y el respeto por las particularidades de cada región nos permiten armonizar las metas empresariales con la realidad personal de cada colaborador, a fin de identificar oportunidades de mejora que nos posibiliten crecer a la par. Cuando analizamos el impacto social de la Compañía, observamos que Coca-Cola Andina no sólo da empleo y alegría a millones de personas en el mundo, sino que además es capaz de entrar al hogar, a las mesas y a los entornos de los trabajadores. De allí la responsabilidad de cuidar a nuestra gente y sus familias.

Ser la empresa de la que muchos quisieran formar parte nos desafía a implementar beneficios que equilibren la vida laboral y personal. En este marco es que permanentemente llevamos adelante una variedad de iniciativas dirigidas a garantizar la seguridad, el cuidado y prevención de la salud, la formación y capacitación constante, la inclusión laboral de personas con discapacidad, el disfrute y la integración de las familias. Para ello, nos valemos de políticas y procesos justos y transparentes que nos guían en la gestión de nuestros colaboradores, y nos adaptamos a sus nuevas necesidades sobre la base del feedback y el diálogo permanente.

En Coca-Cola Andina trabajamos con objetivos y metas claras, por eso contamos con herramientas para la selección, evaluación de desempeño y el entrenamiento constante; lo que sumado al acompañamiento de profesionales responsables y comprometidos nos permiten transitar por el camino de la excelencia.

Disponemos de herramientas como la Encuesta de Clima para conocer cuál es el nivel de satisfacción y motivación; la percepción que cada uno tiene sobre la Compañía, que surge de cómo se viven las prácticas, políticas, estructuras, procesos y sistemas.

Además renovamos Universidad Andina, una plataforma integrada para los procesos de formación y desarrollo que incluye a todos los colaboradores de la Compañía. Tejemos alianzas con otras instituciones para insertar a jóvenes profesionales y continuamos con el plan de sucesión para garantizar la sustentabilidad de los entornos laborales.

Nuestra visión es promover un lugar de trabajo seguro y acogedor porque creemos que las personas motivadas constituyen la base de la sustentabilidad empresarial, que permite construir una mejor Compañía entre todos y para todos. ●

“Coca-Cola Andina es una Compañía, UN solo equipo; bajo este lema todos los que formamos parte del equipo SOMOS importantes para la gestión del día a día como así también para el logro de los objetivos”.



Gonzalo Muñoz Armendariz
Gerente Corp. Recursos Humanos
Coca-Cola Andina



Fabián Castelli
Gerente General
Coca-Cola Andina Argentina



José Luis Solórzano
Gerente General
Coca-Cola Andina Chile



Andrés Wainer
Gerente Corp. Finanzas
Coca-Cola Andina



Miguel Ángel Peirano
Vicepresidente Ejecutivo
Coca-Cola Andina



Francisco Sanfurgo Cañas
Gerente General
Coca-Cola Andina Paraguay



Jaime Cohen Arancibia
Gerente Corporativo Legal
Coca-Cola Andina



Tomás Vedoya
Gerente Corp. Planificación Estratégica
Coca-Cola Andina



Carlos Galvez Aráñeda
Gerente Corporativo TI
Coca-Cola Andina



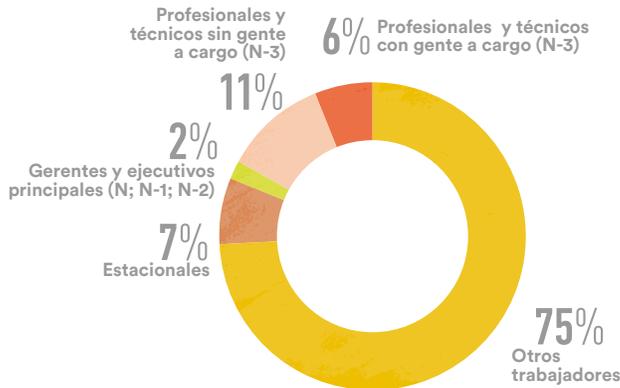
Renato Barbosa
Gerente General
Coca-Cola Andina Brasil



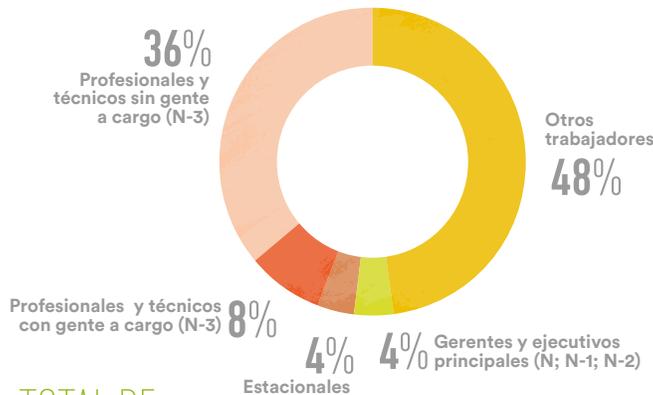
Nuestro equipo de trabajo

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

Total colaboradores según categoría:



Mujeres según categoría:



TOTAL DE COLABORADORES:

16.064

10% MUJERES

Clima laboral

En Coca-Cola Andina la opinión de nuestra gente es la primera fuente de información para allanar el camino de crecimiento que queremos transitar entre todos.

La satisfacción laboral es una prioridad estratégica, por eso desde 2008 llevamos adelante la Encuesta de Clima Laboral en todas nuestras operaciones al mismo tiempo. En Argentina, incrementamos el nivel de participación pasando del 89% en 2015 al 91% en 2017; en Brasil de 90% a 97%; en Chile de 87% a 92% y en Paraguay de 68% a 80%.

Aunque muchas veces no seamos del todo conscientes, la forma en

la que actuamos es el fiel reflejo de lo que pensamos, sentimos, de nuestra cultura y nuestros valores. De allí a que sea tan importante para Coca-Cola Andina interiorizarse sobre la percepción de todos y cada uno de quienes integran esta familia. Ese es el objetivo de la Encuesta de Clima Laboral, una herramienta que lanzamos en mayo para conocer cuál es el nivel de satisfacción y motivación de los trabajadores, a fin de identificar oportunidades de mejora y definir acciones para hacer más eficiente nuestra Compañía.

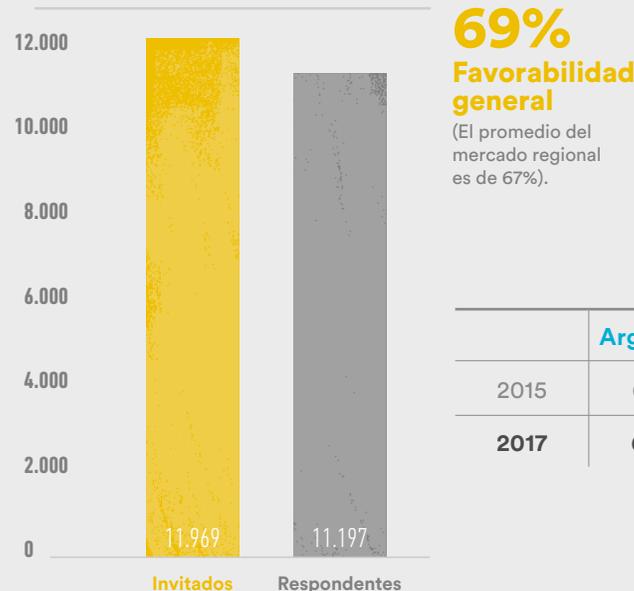
A través de un cuestionario con 63 preguntas de base, abordamos una diversidad de aspectos que hablan del clima organizacional de la empresa, tales como colaboración y compromiso, condiciones de trabajo,

cultura, buenas prácticas, desarrollo y capacitación, entrenamiento, direccionamiento estratégico, gestión del desempeño, liderazgo y supervisión, metas y objetivos, orientación al cliente, respeto y reconocimiento y satisfacción laboral, entre otros. En el 2017 se incorporaron preguntas de: sustentabilidad, diversidad e inclusión y valores.

Se trata de una herramienta sumamente valiosa que permite obtener un conocimiento interno de la propia Compañía y brindarles a las personas la posibilidad de canalizar sus opiniones de forma voluntaria, anónima y confidencial, garantizando transparencia y honestidad en las respuestas.



Nivel de adhesión



Clima interno favorable

	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay
2015	64%	66%	60%	66%
2017	64%	72%	66%	64%



Relaciones laborales

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

Las actualizaciones salariales se negocian con los sindicatos en las fechas especificadas a través de categorías y todos los colaboradores, estén o no afiliados a un sindicato, se encuentran cubiertos por los convenios colectivos de la rama de actividad a la que pertenecen.

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

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

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

Las reuniones con las organizaciones sindicales son periódicas, a fin de prevenir impactos significativos en los colaboradores, por lo que si existe un proyecto que los afecte se acuerdan previamente los cambios y las formas de implementación.

Nuevas contrataciones 2017 (INGRESOS permanentes) *

	Menos 30 años		Entre 30 a 50 años		Más de 50 años	
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
Argentina	46	12	23	2	-	-
Brasil	624	98	911	77	51	2
Chile	70	35	78	21	6	2
Paraguay	40	13	17	6	-	1

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

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

	SALARIO INICIAL			
	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay
2015	297%	112%	100%	100%
2016	281%	108%	100%	117%
2017	361%	106%	100%	116%

% Colaboradores con evaluación del desempeño

Argentina	Brasil	Chile	Paraguay
65,72%	100,00%	96,00%	61,00%

% del personal sindicalizado

Argentina	
Embotelladora del Atlántico S.A.	67,37%
Andina Empaques Argentina S.A.	78,19%
Brasil	
Rio de Janeiro Refrescos Ltda.	12,64%
Chile	
Embotelladora Andina S.A.	52,47%
Vital Aguas S.A.	47,00%
Vital Jugos S.A.	76,88%
Envases Central S.A.	31,00%
Paraguay	
Paraguay Refrescos S.A.	34,97%



Formación para el desarrollo de nuestra gente

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

En Coca-Cola Andina fomentamos las buenas prácticas y actuamos en base a principios y conductas éticas definidas en las políticas de nuestra Compañía. Son éstas las que nos permiten convivir y prosperar en un ambiente seguro a quienes formamos parte de esta gran familia, a nuestros proveedores y la comunidad en general, respetando los entornos éticos, morales y legales en todos los países donde operamos.

Conocer en detalle el contenido de las políticas que nos orientan es el primer paso para hacerlas propias y materializarlas en la labor cotidiana, como una condición para pertenecer a la organización. Con este objetivo es que lanzamos el Programa de Difusión de "Políticas Coca-Cola Andina", iniciativas compuestas por un conjunto de cursos y experiencias online interactivas. Se trata de una herramienta creada con el propósito de: comunicar las políticas corporativas a todos los colaboradores de Coca-Cola

Andina en Argentina, Brasil, Chile y Paraguay, facilitando la identificación de los aspectos legales, normativos y contables vinculados a ellas; asegurar la continuidad permanente de su conocimiento y aplicación e incorporarlas en los procesos de inducción.

La puesta en marcha del Programa supone la segmentación del público (cada política tendrá un grupo objetivo diferente, de acuerdo a sus alcances); diferentes vías de difusión (mailing con información general, entrenamiento e-learning y modalidad presencial) y la emisión permanente de mensajes por parte de Directores de la Compañía o máximos responsables corporativos de áreas funcionales, para darle al proyecto la impronta del Gobierno Corporativo. De un total de 10 cursos de capacitación que se impartirán, ya se comenzó con el de "Gobierno Corporativo - Código de Ética", "Denuncias Anónimas" y "Prevención del Delito". Mientras el primero permitirá a los trabajadores conocer y comprender el Código de Ética de Coca-Cola Andina y comprometerse con su aplicación en el quehacer diario, el segundo se centrará en difundir su Canal de Denuncias Anónimas. Respecto a la prevención de delitos, la Compañía está certificada en su proceso de prevención de delitos y cumple con capacitar a los funcionarios claves comprometiéndolos al cumplimiento.

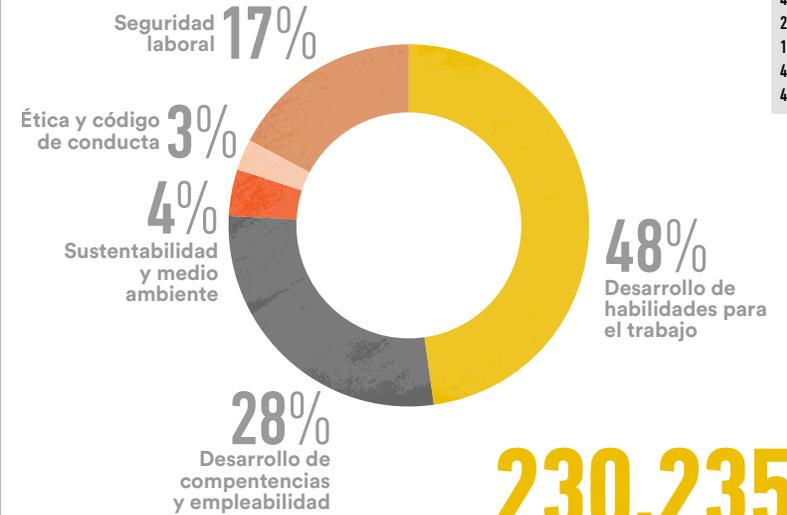
Se reforzaron programas ya activos y se incorporaron otras capacitaciones a fin de desarrollar potencialidades y

habilidades de los colaboradores y sus equipos de trabajo. Orientar estratégicamente los recursos es parte del desafío constante que se proponen las áreas de Desarrollo en conjunto con sus áreas de clientes internos.

Programas como Universidad Andina (UA) y Escuela Comercial (EC) son un capital de la Compañía que continúa en permanente crecimiento y sigue cosechando frutos. Durante el 2017, se presentaron los programas de Escuela Logística y Entendimiento del Negocio, dos iniciativas dentro de Universidad Andina que apuntan a potenciar el conocimiento interno y el relacionamiento entre áreas y regiones.

Como aspecto diferencial podemos destacar el gran esfuerzo realizado por digitalizar entrenamientos utilizando modernas plataformas e-learning, que le permiten al colaborador aprender de manera autónoma con mayor disponibilidad de horarios de ejecución. La adaptación al ritmo del alumno que tiene esta herramienta es muy positiva y mejora los resultados en la incorporación del conocimiento, brindando la posibilidad de compartir contenidos entre países y potenciando la construcción de "una Compañía, un solo equipo". A nivel administrativo, los equipos de Recursos Humanos pueden monitorear la participación, evaluaciones y demás métricas de manera ágil estando en condiciones de implementar constantes mejoras.

Temáticas



35.466
HORAS DE
CAPACITACIÓN
DICTADAS
A MUJERES

230.235
HORAS DE
CAPACITACIÓN
DICTADAS
14
HORAS
PROMEDIO DE
CAPACITACIÓN
POR EMPLEADO





Compromiso con la inclusión

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

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

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

Tanto en la operación de Argentina como en Brasil, desde hace varios

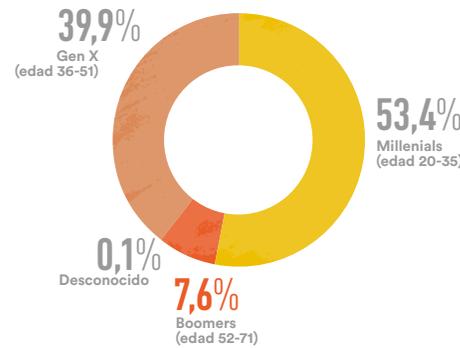
años adherimos a los programas Primer Paso y Joven Aprendiz, que permiten que cientos de jóvenes tengan su primera experiencia laboral dentro de Coca-Cola Andina y puedan reflexionar sobre su futuro universitario o plantear nuevos ideales de vida, respectivamente.

Las mayores enseñanzas se producen gracias al relacionamiento permanente con sus pares y jefes, entendiendo que la comunicación es un tema clave en una organización.

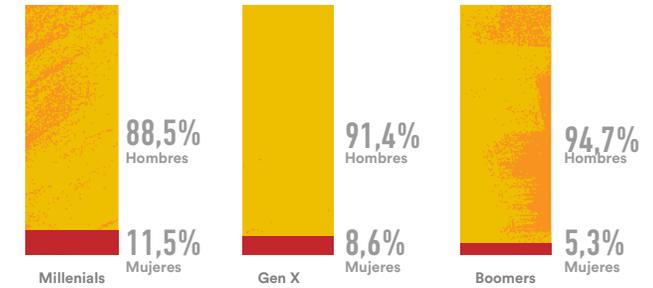
En el caso de Brasil, los jóvenes desarrollan tareas dentro de la empresa pero también cumplen con jornadas en la ONG "Rede Cidadã", donde promueven que otros de su edad con bajos ingresos tengan la misma posibilidad de insertarse en el mercado laboral.

Además, pueden obtener el "Pasaporte del Conocimiento", un programa orientado a estimular el aprendizaje continuo. Mensualmente, se define un tema con cursos o conferencias como clases de Excel, finanzas, planificación personal, sostenibilidad, entre otros, y una vez finalizada la actividad se coloca un sello en el pasaporte que señala que se concluyó satisfactoriamente, incentivando así la participación de todos.

Representación por generación



Representación de género por generación



Como parte del Sistema Coca-Cola, durante el 2017 participamos de un estudio para evaluar nuestro desempeño en materia de inclusión y diversidad. Con los resultados obtenidos, se diseñó un proyecto que se implementará en las diferentes operaciones, principalmente Chile, Argentina y Paraguay; países que tienen una brecha mayor respecto al objetivo deseado. Los primeros tres temas que se abordarán serán discapacidad, género y generaciones.

Licencias por maternidad/paternidad y continuidad en el trabajo

	Cantidad de colaboradores que tomaron licencia		Cantidad de colaboradores que continúan trabajando luego de su licencia	
	MATERNIDAD	PATERNIDAD	MATERNIDAD	PATERNIDAD
Argentina	23	113	22	111
Brasil	25	236	19	198
Chile	44	-	38	-
Paraguay	8	66	7	64
Holder	1	-	1	-
Total	101	415	87	373

El 86% de las madres y el 90% de los padres continúan en la empresa luego de un año de tomarse la licencia.

Personas con Discapacidad y Minorías Sociales

	2015	2016	2017
Brasil	147	173	220



Compensaciones y beneficios

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

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

EN EL 100% DE LAS OPERACIONES:

SALUD

Licencia por maternidad y paternidad.
Seguro de vida adicional al obligatorio de ley.

SOCIALES

Licencias por matrimonio, fallecimiento de familiar próximo, hermanos y abuelos.

ECONÓMICOS

Bebida sin cargo.
Seguro de vida adicional al obligatorio de ley.
Caja navideña.

OTROS

Chequeo médico complementario anual para gerentes, jefes y supervisores.
Estacionamiento sin cargo.
Entrega de uniformes al personal de operación.
Sueldo anual complementario.
Implementación de Política de Expatriciación.

EN EL 75% DE LAS OPERACIONES

SALUD

Reposo por maternidad y tiempo remunerado de lactancia (6 meses de disminución a media jornada de trabajo sin reducción salarial para las mujeres reintegradas luego de la licencia por maternidad).

Asistencia y seguro médico.

Gimnasia laboral: acceso a planes de actividades físicas en instalaciones propias o por convenio, para el cuidado integral y esparcimiento.
Programas preventivos de vacunación (dengue, gripe, fiebre amarilla, hepatitis A, etc.).

SOCIALES

Guardería.
Entradas para participar en eventos.

ECONÓMICOS

Kit escolar, bonificación para hijos menores de 18 años.
Gratificación por jubilación.
Servicio de comedor.
Regalo de fin de año.

OTROS

Licencia por paternidad extendida 1 día (la ley determina 2, nosotros damos 3).
Extensión de 1 día de la licencia por fallecimiento familiar directo (la ley da 3).
Refrigerio: fruta y yogurt para los puestos administrativos.
Descuento en compra de productos de la empresa.
Licencia por fallecimiento de cónyuge 4 días.
Programa de deporte y recreación para trabajadores.

EN EL 50% DE LAS OPERACIONES

SALUD

Plan dental.

EDUCACIÓN

Descuentos en las tarifas de distintos programas educativos para empleados.
Licencias por exámenes.

ECONÓMICOS

Servicio de transporte para todo el personal.
Concursos para hijos de los colaboradores con mejores promedios.
Regalo de nacimiento.

OTROS

Extensión de 1 día de la licencia por fallecimiento de familiar indirecto (la ley da 1 día).
Bebida sin cargo para el cumpleaños de los hijos de los colaboradores.
Biblioteca interna.
Goce de feriado en período de vacaciones.
Nutricionista en planta.
Obsequio de prendas de verano e invierno para el personal soporte.
Licencia por donación de sangre 1 día.
Adicional por título universitario o terciario para trabajadores DCCT.
Reintegro de gastos en hoteles al trabajador DCCT con tope.
Anticipo extraordinario de haberes.
Fiesta de Navidad para trabajador y familia.
Pago de subsidio licencias médicas 3 primeros días que no cubre plan de salud.

Nota: DCCT (dentro de convenio colectivo de trabajo)

EN EL 25% DE LAS OPERACIONES

SALUD

Seguro de salud o plan de obra social según país; incluye al empleado y grupo familiar, siendo la Compañía quien absorbe todas las diferencias que implique el valor del plan.
Programas de reeducación alimentaria.
Conferencias, talleres y charlas de interés para colaboradores y grupo familiar.
Licencia por paternidad extendida 7 días corridos (incluidos los de ley).
Sala de lactancia.

EDUCACIÓN

Becas de excelencia académica para carrera universitaria a hijos de los trabajadores.

ECONÓMICOS

Política habitacional que consiste en el otorgamiento de subsidio a 5 trabajadores al año.

OTROS

12 sueldos adicionales al seguro de vida colectivo a un costo muy bajo y/o incorporar al cónyuge dentro del seguro.
Licencia de vacaciones pagas con plus vacacional.
Licencia por mudanza 1 día.
Licencia adicional de 2 días por vacaciones por viajes a más de 1000 kilómetros. por un mínimo de 10 días (DCCT).
Convenios de descuento con instituciones de salud y farmacia.
Regalo de Navidad para hijos de trabajadores.
Club de descuentos (vehículos, propiedades, servicios, etc).
Seguro optativo auto/hogar con broker de seguros de la Compañía.
Horario flexible para áreas en donde no se afecte la operación.
Semana adicional de vacaciones para posiciones de jefe y superiores.
Medio día de cumpleaños (FCCT).
Viernes casual.
Día de pago de haberes (último día hábil del mes o viernes anterior).
Sucursal banco en planta Montecristo.
Acompañamiento jubilados.





Salud y seguridad, un desafío de todos

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

La seguridad de las personas fue definida por Coca-Cola Andina como uno de los focos prioritarios para seguir mejorando durante los próximos años. Tenemos un camino desafiante por recorrer para lograr estándares de excelencia a nivel regional, pero ya estamos dando pasos muy importantes. La gestión comprometida y eficiente que llevó adelante cada uno de los equipos a cargo en Argentina, Brasil, Chile y Paraguay.

Argentina

Continúa en marcha el Programa de Seguridad Basada en el Comportamiento (SBC) que incluye charlas sobre seguridad una vez por semana cuyo contenido es preparado por las áreas de Higiene y Seguridad; una academia de seguridad para la capacitación y el acompañamiento; rutinas de observaciones pautadas; un Comité de seguimiento del programa y la medición del desarrollo de las acciones preventivas dentro de cada equipo de trabajo.

Durante el proceso, jefes y gerentes acompañan periódicamente según un cronograma establecido. Se realiza además una estandarización y difusión de alertas de prevención, que consisten en informar dentro de la Compañía los accidentes o incidentes más relevantes a fin de que todos los trabajadores conozcan los riesgos existentes y estén alertas respecto a las medidas de prevención necesarias para evitar la repetición de los mismos.

Brasil

Gracias al Programa de Seguridad Basada en el Comportamiento (SBC) y a la ampliación del Programa Accidente Zero (PAZ) para las áreas de Distribución y los Centros de Distribución (bodegas) se lograron reducir los índices de accidentes en el trabajo.

Por otra parte, a partir de la implementación del programa de control de colaboradores con licencia por más de 15 días bajó el nivel de ausentismo.

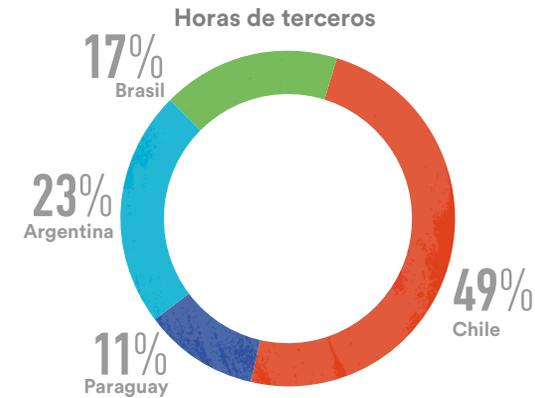
La puesta en marcha del Programa de Seguridad en el Tránsito Fleet Safety, junto con acciones específicas del área de Logística, permitieron reducir el indicador "Crash rate" (número de colisiones de nuestra flota).

Chile

Sigue cobrando fuerza el Programa de Seguridad Basada en el Comportamiento (SBC), que logró reducir el ratio de accidentabilidad (LTIR) y el número de accidentes CTP (con tiempo perdido). Además se incorporaron los indicadores de Seguridad en las metas remunerativas de las gerencias.

Paraguay

Se desarrollaron habilidades técnicas a través de programas de Capacitación Industrial en Seguridad y Requisitos. El plan de inversiones y gestión de recursos permitió adecuar la infraestructura y equipamientos relacionados a Seguridad en cumplimiento legal y de requisitos de la Compañía. Se dio inicio al Programa de Seguridad Basada en el Comportamiento (SBC), con la capacitación de 140 líderes de las áreas Industrial, Logística y Comercial.



Tasa de accidentes (LTIR)

	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay
2013	8,20	0,74	4,66	0,67
2014	8,45	0,75	6,50	0,82
2015	6,14	0,53	4,19	0,59
2016	5,07	0,58	2,60	0,46
2017	4,03	0,60	2,43	0,61

Tasa de días de baja por accidentes (LTISR)

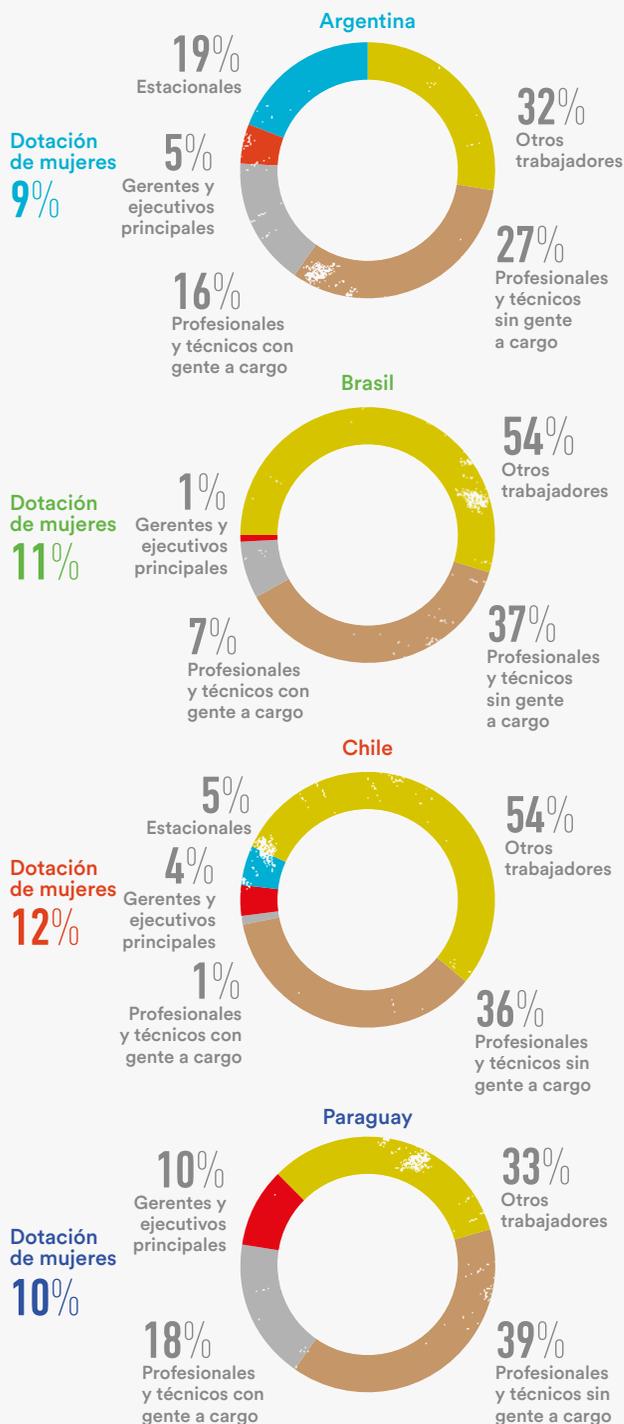
	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay
2013	215,01	7,30	65,58	4,08
2014	213,46	6,48	76,97	7,21
2015	202,10	6,94	52,99	3,84
2016	143,08	6,61	47,95	3,73
2017	124,00	6,60	53,32	6,85

Tasa de ausentismo %

	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay
2015	3,21	2,27	3,19	1,57
2016	3,09	1,78	3,30	1,62
2017	2,85	1,50	4,00	1,30



Mujeres según categoría



Queremos Ser Diversos e Inclusivos Como Nuestras Marcas

Las organizaciones que son diversas e inclusivas cuentan con mejores herramientas para dar respuestas a las necesidades de colaboradores y consumidores; aumentan la innovación; garantizan resultados sustentables a futuro e impulsan el crecimiento permanente.

En Coca-Cola Andina queremos ser tan diversos e inclusivos como nuestras marcas, contribuir con el desarrollo de nuestra gente y de las comunidades donde operamos a través de acciones que impulsen el crecimiento de las economías regionales, generen oportunidades y mejoren la calidad de vida.

Para la Compañía, diversidad es reconocer y valorar las diferentes características de las personas (nacionalidad, género, edad, orientación sexual, discapacidad, pensamiento, etc.); inclusión es desarrollar una cultura donde todos nos sintamos valorados, parte de la organización y del Sistema Coca-Cola, pudiendo expresar libremente nuestros intereses, ideas e inquietudes dentro del lugar de trabajo; generando así diversidad de pensamiento para atraer, desarrollar y retener un mix de talento global que alimente nuestra ventaja competitiva.

Existen diversos estudios a nivel global que demuestran que las organizaciones más

inclusivas y diversas tienen mejores resultados en términos financieros, potencian las capacidades de las personas, reflejan mejor el mercado, aumentan su reputación corporativa, crecen en innovación y desempeño grupal.

Promover una cultura de inclusión y diversidad puertas adentro y hacia afuera de la Compañía nos proporciona mejores herramientas para dar respuestas a las necesidades de colaboradores y consumidores; garantiza resultados sustentables a futuro y favorece el crecimiento permanente.

En marzo de 2017, Coca-Cola Andina participó de un diagnóstico de Diversidad e Inclusión junto a los principales embotelladores del Sistema Coca-Cola a nivel mundial. A partir de los aprendizajes obtenidos durante el proceso, sumado a un análisis de la realidad cultural, política, demográfica y económica de los países donde tenemos presencia, concluimos en la necesidad de aunar esfuerzos y trabajar coordinadamente para construir una Compañía más diversa e inclusiva sobre la

base de una política corporativa que oriente y guíe nuestras prácticas.

Así, nuestro accionar estará dirigido a cumplir con tres propósitos principales: ser una empresa diversa e inclusiva para impactar de manera positiva en los resultados del negocio; acompañar los cambios culturales y demográficos de los países donde tenemos presencia, y tomar los mejores ejemplos de las comunidades donde operamos, en un contexto de permanente cambio social.

Tenemos la firme decisión de potenciar la diversidad y la inclusión priorizando el respeto por la dignidad de cada persona; independientemente de su raza, sexo, procedencia, edad, religión, estado civil, orientación sexual, identidad y/o expresión de género, discapacidad, condición de veteranía, educación, experiencia vital, opiniones, ideas y creencias, entre otros, porque aspiramos a ser líderes y referentes tanto para el Sistema Coca-Cola como para los países donde está presente nuestra Compañía. ●


COLABORADORES COCA-COLA ANDINA SEGÚN GÉNERO Y CATEGORÍA

	Argentina		Brasil		Chile		Paraguay		Holding	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Gerentes y ejecutivos principales	15	86	10	48	16	62	15	22	5	11
Profesionales y técnicos con gente a cargo	46	399	58	223	2	34	27	146	1	4
Profesionales y técnicos sin gente a cargo	90	179	308	434	149	411	59	74	6	5
Otros trabajadores	76	1.909	450	6.249	224	1.942	50	1.076	4	2
Estacionales	52	393	-	-	22	557	-	111	-	-
TOTALES	279	2.967,59	826	6.954	413	3.006	151	1.429	16	22

TRABAJADORES POR GÉNERO Y EDAD

	Argentina		Brasil		Chile		Paraguay		Holding	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Inferior a 18 años	0	0	8	3	0	0	0	0	0	0
Entre 18 y 29 años	63	601	270	1.953	131	885	62	601	3	3
Entre 30 y 40 años	142	1.469	325	2.704	150	984	57	585	5	6
Entre 41 y 50 años	61	694	123	1.364	91	684	25	150	4	5
Entre 51 y 60 años	13	173	39	580	37	378	7	89	3	7
Entre 61 y 70 años	0	30	5	59	3	73	0	5	1	0
Superior a 70 años	0	0	-	-	0	4	0	0	0	1

HORAS DE FORMACIÓN POR CATEGORÍA

	Argentina		Brasil		Chile		Paraguay		Holding		TOTALES
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	
Ejecutivos	926	5480	319	1.025	659	1.550	135	1.462	201	163	11.920
Profesionales y técnicos con gente a cargo	1.297	11.731	1.970	6.686	2.278	9.623	346	3.107	4	156	37.198
Profesionales y técnicos sin gente a cargo	3.467	6.033	5.385	8.671	4.005	7.277	406	7.614	142	224	43.224
Otros trabajadores	150	20.336	4.782	73.518	8.631	24.300	153	2.026	11	4	133.911
Estacionales	56	2.028	-	-	144	460	-	1.294	-	-	3.982
TOTAL	5.895	45.608	12.456	89.900	15.717	43.210	1.040	15.503	358	547	230.235

Comunidad

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



% de Proveedores Nacionales



Entrevista a Carolina Losicer

—GERENTE DE CONTRATACIÓN, COMUNICACIÓN Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

¿Por qué es importante estar cerca de la comunidad para Coca-Cola Andina?

—Con el tiempo aprendemos que más que estar cerca, lo fundamental es generar beneficios, crear valor en las comunidades donde desarrollamos nuestras actividades.

En Coca-Cola Andina tenemos muy afianzada la estrategia social y ambiental, y hoy contamos con el proyecto Coletivo Brasil, una plataforma de valor compartido a través de la cual fomentamos la capacitación profesional de personas de bajos recursos y mediante nuestros socios comerciales, facilitamos el acceso al mercado laboral para cientos de jóvenes.

Hablamos de valor compartido porque en la medida en que ellos mejoran su futuro, ganan poder de consumo y empoderan sus comunidades, nosotros potenciamos el desarrollo comercial de nuestras unidades de negocio; generando beneficios en toda la cadena de valor.

En definitiva, es importante trabajar junto a la comunidad porque la marca Coca-Cola, el tamaño de las operaciones y la presencia en todo el mundo nos brindan la oportunidad de transformar la vida de millones de personas.

¿Cuál es el alcance y el impacto de este pilar?

—En Coca-Cola Andina buscamos alcanzar no sólo a nuestras comunidades cercanas en los diferentes países sino a toda la cadena de valor. Tenemos la misión de hacer lo mejor en cada una de las comunidades donde hay una Coca-Cola, es decir, en todas.

Identificar las mayores oportunidades implica la escucha y el diálogo permanente con los públicos de interés. En el caso de Brasil, observamos que en los segmentos c y d de la pirámide social el consumo crece año a año y por eso pensamos qué hacer para sumar desde Coca-Cola.

Decidimos llevar adelante durante un año una tarea de campo estudiando a fondo esos segmentos: yendo a las casas de los vecinos, observando cómo vivían, preguntando qué querían de sus vidas, cuáles eran sus preocupaciones y ahí nos encontramos con una frase que para nosotros fue muy fuerte y movilizadora: “Tenemos sed de mucho más que Coca-Cola”. Para ellos, la mayor preocupación es la falta de perspectiva de futuro y el trabajo, la solución. Todos coincidieron en que estarían felices y tranquilos si pudieran garantizar el empleo de sus hijos, de sus jóvenes. ▶

“Identificar las mayores oportunidades implica la escucha y el diálogo permanente con los públicos de interés”.



El Proyecto Coletivo se monitorea por medio de cuatro indicadores, dos sociales: "amor de marca" y "confianza en el futuro" y dos de negocio: "volumen" y "empleabilidad".

Empezamos entonces a plantearnos cómo calmar esa sed y nos dimos cuenta que disponemos del know-how (saber cómo) de mercado, de consumo, y la mayor cadena comercial (locales, restaurantes, puntos de venta) que se puede tener; y ahí estaba la puerta de entrada al mercado laboral y la posibilidad de generar valor compartido, desarrollando el «amor de marca» (cariño hacia Coca-Cola de parte de esas familias y jóvenes) y un aumento efectivo de ventas en esos lugares.

Así empezó el proyecto Coletivo en 2012 que hoy sigue evolucionando, hasta el punto de que incorporamos capacitaciones profesionales para que esos chicos puedan trabajar en la construcción de un proyecto de vida.

Cuando observamos las iniciativas anteriores y actuales, nos damos cuenta del enorme potencial que tenemos y de lo mucho que aprendemos a medida que nos conectamos con la comunidad, para conocer no sólo qué necesitan sino cómo adaptar esa ayuda a la realidad que viven.

Con frecuencia escuchamos testimonios de jóvenes que estuvieron vinculados a las drogas o al delito y que después de pasar por Coletivo creen que la vida puede ser diferente y que

el trabajo abre una oportunidad de futuro que ellos desconocían, porque nadie en su familia o su comunidad tuvo otra alternativa. Esto tiene un efecto multiplicador, porque alguien que logra salir del tráfico de drogas transmite esa experiencia a un amigo, que también puede empezar a cambiar su visión y su realidad.

Es ahí cuando nos damos cuenta que brindamos mucho más que empleo y que estos jóvenes además de ganar ingresos para sostener a sus familias, están creando una posibilidad de futuro para sí mismos, para los suyos y las generaciones que vienen.

¿Cómo se construye esa relación con la comunidad? ¿Qué actores participan?

—El proyecto Coletivo Brasil es llevado adelante en asociación con el Instituto Coca-Cola Brasil y diferentes organizaciones no gubernamentales (ong's) presentes en la comunidad, que colaboran en la ejecución e implementación de cada proyecto. De hecho, los docentes son personas de cada comunidad porque para los jóvenes es muy importante tener una referencia local.

A su vez, existe un convenio con el Ministerio de Trabajo para lograr divulgación y empleabilidad, y se trabaja en conjunto con el

Ministerio de Educación para difundir y dar a conocer el curso. Además, la Secretaría de Asistencia Social y Derechos Humanos colabora en la divulgación del curso y el incentivo de capacitación para los jóvenes más necesitados.

¿Cómo medimos los impactos? ¿A quién le rendimos cuentas sobre nuestra gestión en materia de Comunidad?

—El proyecto se monitorea por medio de cuatro indicadores, dos sociales: "amor de marca" y "confianza en el futuro" y dos de negocio: "volumen" y "empleabilidad".

En el primer caso, se realiza una medición en tres grupos de muestras con características diferentes: participa de Coletivo, no participa de Coletivo, no participa ni conoce Coletivo. Se realizan tres preguntas: ¿Cuál es su marca favorita? ¿Coca-Cola es una marca que usted ama? ¿Usted se identifica con esa marca?. En el segundo caso, se le consulta al joven: "Pensando en los próximos tres años, cuál es su grado de confianza en relación con el futuro?" para lo cual utiliza una escala de 1 a 5.

El tercer indicador se refiere al aumento del volumen de ventas en un radio de 1,5 kilómetros alrededor de las comunidades colectivas (en comparación con las ventas de ruta) mientras que la empleabilidad se calcula mediante la sumatoria de jóvenes empleados por Coca-Cola Andina.

Así como ocurre con los procesos de planificación y ejecución, el resultado de estos indicadores se reporta a The Coca-Cola Company que es donde nace la iniciativa, y Coca-Cola Andina Brasil buscando fortalecer esa conexión entre los colaboradores y Colectivo, visibilizar el valor compartido y el impacto positivo que tiene este tipo de acciones para nuestra Compañía.

¿Qué otras iniciativas se llevan adelante para impulsar el desarrollo de la comunidad?

—Otros dos pilares de Coletivo son el empoderamiento de las mujeres (que representan el 70% del total de participantes) como madres, esposas, emprendedoras y la capacitación a cooperativas de reciclaje. En este último caso, por tratarse de una cadena que tiene muchos intermediarios, el objetivo es que las cooperativas aprenden a generar ingresos, mantener una estructura productiva, achicar los eslabones de la venta y llevar a cabo el trabajo con las medidas de seguridad necesarias.

Decidimos implementar el sistema de formación y darles herramientas en materia de gestión de negocios aprovechando todo nuestro know how sobre Logística & Distribución, Producción y Ventas. Entendiendo que quien tiene que ganar es el medio ambiente, trabajamos en sociedad con la firma AmBev, la mayor cervecera de Brasil, para generar mayor impacto ambiental.

Aquí también los KPI's (indicador clave de rendimiento) se manejan igual que en el caso de los jóvenes.

¿Cuáles son los desafíos hacia adelante en materia de Comunidad?

—Estamos creciendo mucho en número de jóvenes que participan y se capacitan pero el mayor desafío es hacer que Coletivo tenga un impacto social más masivo. La realidad es que hay muchos jóvenes en comunidades pero en un número limitado de comunidades. En este sentido, estamos analizando la posibilidad de establecer sociedades con otras empresas para transformar Coletivo en una plataforma de capacitación social, de modo que no sea sólo un proyecto de Coca-Cola sino del mundo corporativo que genere un enorme beneficio en las comunidades. ●

Invertimos en programas de desarrollo orientados al cliente

De 275.984 clientes, un 37% son almaceneros y pequeños comerciantes, lo que denominamos canal tradicional.

Los clientes conforman un eslabón fundamental en nuestra cadena de valor, ya que además del impacto social que generan para el crecimiento de las economías locales, son responsables de un importante porcentaje de las ventas de la Compañía. De este modo, ofrecemos capacitaciones y visitas a plantas junto a sus familiares, experiencias gracias a las cuales llegamos a empoderar con herramientas de gestión a los pequeños comercios que nos abren sus puertas.

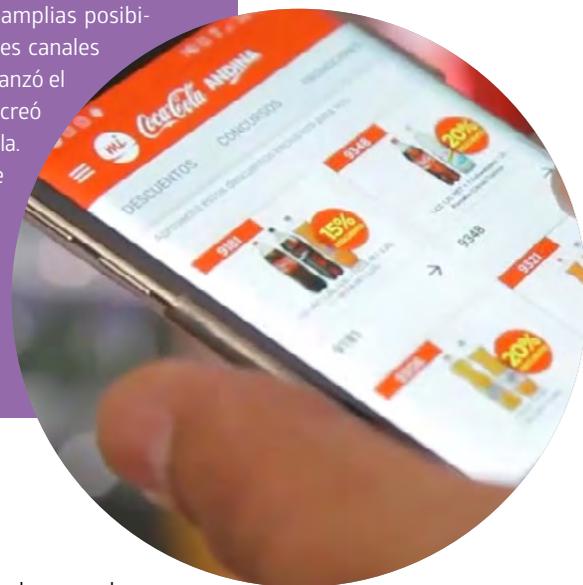
En forma regular medimos la satisfacción de nuestros clientes: todos los países cuentan con un call center que recepta distintos tipos de consultas; una herramienta colaborativa que favorece el diálogo permanente entre ellos y la Fuerza de Ventas. La meta para todas las operaciones es superar el 85% de satisfacción de clientes.



ARG CHI

Tecnología

Conscientes de la necesidad de adaptarnos a las nuevas tecnologías, ponemos a disposición amplias posibilidades de contacto digital y diferentes canales de comunicación. Durante el 2017 se lanzó el e-commerce de Coca-Cola Andina. Se creó miCoca-Cola (miCoca-Cola.cl y miCoca-Cola.com), un sitio web que permite –desde un computador o celular– comprar los productos que ofrece la Compañía en su amplio portafolio. Con un sistema moderno de stock y picking la bebida llega, literalmente, a la puerta de cada casa.

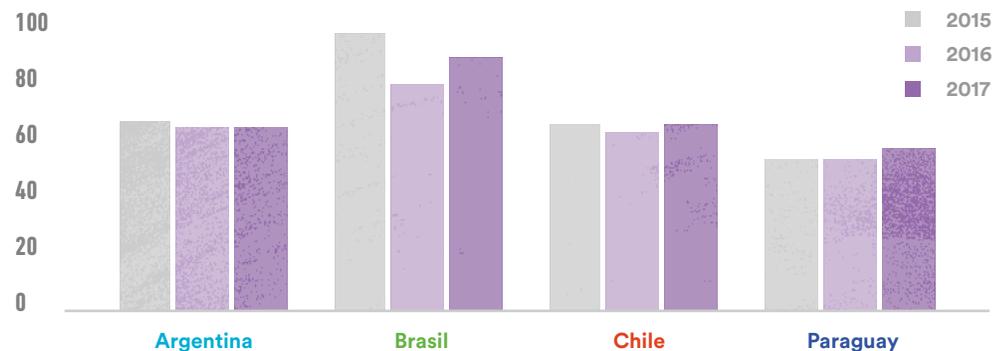


Alianzas

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

Se lanzó la Campaña de Retornabilidad que entregó “kits de reciclaje y reutilización en el hogar” a los colaboradores y clientes, a quienes informamos explícitamente los beneficios de los empaques retornables para el medio ambiente.

Cantidad de clientes (miles)





Almacén Vecino

En busca de proteger y apoyar a nuestros clientes del canal tradicional (pequeños y medianos comerciantes) que permanentemente se enfrentan a la amenaza de perder ventas debido a una menor frecuencia de compra en comparación con supermercados y locales al paso, generamos un proyecto que busca proteger a esos clientes y mejorar la experiencia de compra de los consumidores finales.

La iniciativa – que alcanzó a 600 clientes de Coca-Cola Andina Chile – se planteó entendiendo los beneficios de cada tipo de cliente y adaptando propuestas de valor a la medida de los almacenes, que se caracterizan por ofrecer una mayor rapidez en la atención, cercanía y calidez de quien atiende. De este modo, buscamos transferir algunos atributos del canal moderno al tradicional, ordenando la sala de venta y apostando a aumentar el surtido de nuestros productos, pero manteniendo sus valores principales de modo de mejorar la experiencia de compra de los consumidores.

EN TODAS LAS OPERACIONES SE DICTARON UN TOTAL DE **1.260 HORAS DE CAPACITACIÓN A CLIENTES.**



Capacitación en estrategias de venta al canal tradicional

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

Ventas por Canal

	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay
Tradicional	33,6%	40,0%	47,2%	46,4%
Mayoristas	33,3%	8,5%	11,9%	15,6%
Supermercados	29,9%	33,8%	29,0%	20,2%
On-premise	3,2%	17,8%	11,9%	17,8%



17.016 PERSONAS VISITARON NUESTRAS "FÁBRICAS DE LA FELICIDAD", ENTRE ELLOS CLIENTES, ESCUELAS Y LA COMUNIDAD EN GENERAL.

Visitas a plantas

Este programa nos ayuda a fortalecer el vínculo con los clientes y potenciar su sentido de pertenencia con la marca. Estas instancias les permiten conocer nuestra historia; los procesos de elaboración de las bebidas y la tecnología puesta en juego para su obtención; los controles de calidad que se realizan; los programas de sustentabilidad y el compromiso de la Compañía con el cuidado del medio ambiente. Durante el 2017, en nuestra "Fábrica de la Felicidad" de Renca tuvimos la visita especial de Benjamín, quien se acercó junto al equipo de la ONG Make a Wish Chile para compartir una jornada maravillosa.

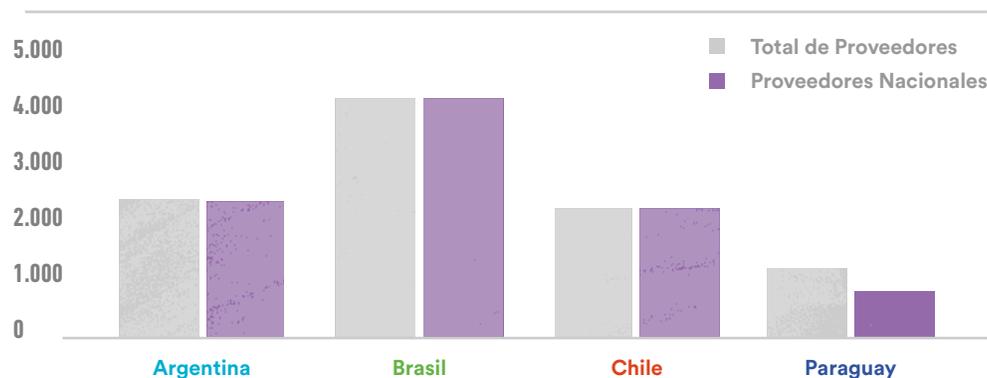
Nuestros proveedores

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

% de Proveedores Nacionales

Argentina	Brasil	Chile	Paraguay
97,0%	99,7%	95,4%	87,8%

Proveedores Nacionales



Priorizamos la contratación de proveedores locales

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

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

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

Evaluación de proveedores

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

GRI:
308-1
308-2
414-1
414-2
407-1
408-1
409-1
204-1

Workshop para proveedores y prestadores de servicios

En Coca-Cola Andina Brasil se realizó la 13° edición del workshop para proveedores de insumos y servicios; Argentina tuvo en 2017 su primera edición con muy buen nivel de participación y Chile planificó el desarrollo de la actividad para 2018. Se trata de una jornada anual donde se invita a los principales proveedores para reconocer aquellos de mejor desempeño y se aprovecha el encuentro para abordar las siguientes temáticas:

- > Mirada del contexto económico con un especialista externo.
- > Sustentabilidad y programas de responsabilidad social en la comunidad.
- > Política de compras y sus actualizaciones.
- > Almacenes y requisitos de recepción de materia prima.
- > Proceso financiero, documentación y pagos.
- > Auditorías internas y canal de denuncias anónimas.
- > Sistema de gestión integrado, y procesos de aseguramiento de:
 - Calidad
 - Inocuidad
 - Medio ambiente
 - Salud y seguridad
 - Auditoría a proveedores de servicios críticos



Evaluación de proveedores

PROVEEDORES CRÍTICOS EVALUADOS	
PROVEEDORES DE INGREDIENTES	
	Andina
SGP (Supplier Guiding Principles)	96%
GFSI (Global Food Safty Initiative)	85%
SAA (Supplier Authotization Agreement)	n/a
PROVEEDORES DE EMPAQUES	
SGP (Supplier Guiding Principles)	93%
GFSI (Global Food Safty Initiative)	54%
CSME (Packaging & Sales & Marketing Equipment)	98%

Proveedores primarios

The Coca-Cola Company lleva adelante un programa de participación de proveedores que proporciona un marco de actuación para los proveedores. El mismo consta de siete etapas de mejora a fin de alcanzar el cumplimiento de nuestros Principios Rectores de la Agricultura Sostenible (SAGP). Los proveedores reciben información y orientación sobre evaluaciones, auditorías, medición del progreso y validación del desempeño para que puedan calificar para la certificación de sostenibilidad.

De este modo, desarrollan e implementan programas específicos para cultivos con el objetivo de mejorar el bienestar económico de las comunidades agrícolas; optimizar los rendimientos y proteger los recursos naturales en toda la cadena de suministro. Nuestros esfuerzos cuentan con el respaldo y la colaboración de toda la industria agrícola, lo que nos permite trabajar alineados propiciando cambios que beneficien al conjunto.



GRI:
308-1
308-2
414-1
409-1
412-1
414-1
414-2

Principios rectores para proveedores

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

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

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

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

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

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

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

Nuestros proveedores deben cumplir con los siguientes requisitos:

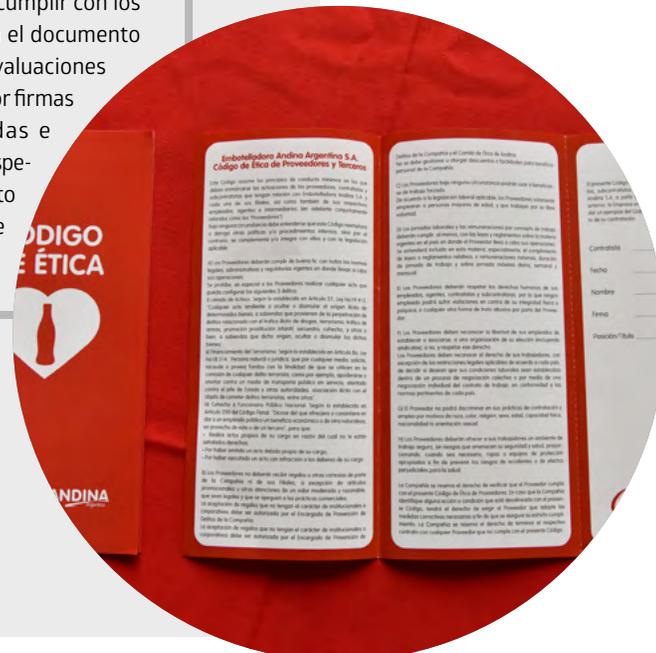
- › Respeto a la libertad de asociación y negociación colectiva.
- › Prohibición del trabajo infantil.
- › Prohibición del trabajo forzado y del abuso en el trabajo.
- › Eliminación de la discriminación.
- › Horas de trabajo y sueldos.
- › Lugar de trabajo seguro y saludable.
- › Protección del medio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

Autoevaluación de derechos humanos

The Coca-Cola Company desarrolló una lista de verificación de autoevaluación de derechos humanos que consiste en una serie de recursos y herramientas de debida diligencia para abordar los impactos que, según se desprende de la propia experiencia, pueden estar presentes en la cadena de valor.

Dichas listas ayudan a la toma de conciencia y la identificación temprana de posibles problemas. Al realizar las evaluaciones a tiempo y con seguimientos periódicos, se logran identificar y mitigar los riesgos en derechos humanos.

Una vez identificado el problema, se espera que la participación de la comunidad sea el corazón de cualquier estrategia de mitigación. Estas herramientas de autoevaluación son sólo una parte del proceso continuo de due diligence de derechos humanos que lleva adelante la Compañía. Coca-Cola Andina es parte del Sistema y colabora con el seguimiento otorgándole compras sólo a aquellos que demuestran su compromiso en esta materia.



Comités de Supply Chain

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

Gestión para nuestros contratistas

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

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

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

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

Inversión social en la comunidad

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

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

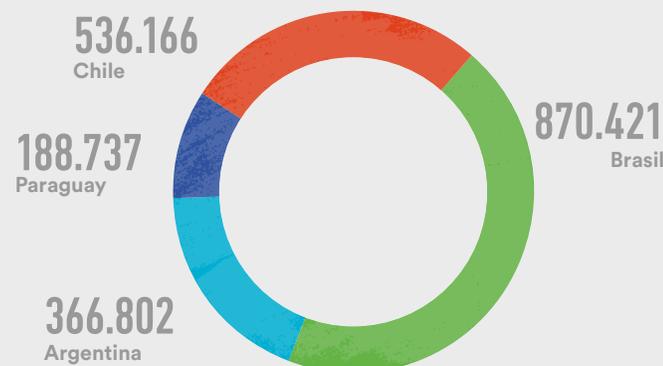
Estamos convencidos de que existen cada vez más actores con quienes podemos establecer sinergias para potenciar los resultados de las iniciativas en la comunidad, y priorizamos aquellas alianzas y programas con una visión a largo plazo, ya que las problemáticas a resolver ameritan un compromiso sostenible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

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

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

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

Inversión en la comunidad (US\$)



Resumen de iniciativas

BR A

- Semana do Movimento Coletivo Reciclar pelo Brasil
- Instituto Coca Cola (Semana do Movimento Coletivo)
- Coletivo Floresta
- Coletivo Jovem
- Programa de Diversidad: inclusão de 220 pessoas com deficiência

ARG

- 42 Programas Educativos con Junior Achievement
- Donaciones de computadoras y celulares a distintas instituciones
- Inclusión de becas escolares a 80 niños bajo el programa FONBEC
- Desarrollo programa "Educar Forestando" en 10 escuelas de la ciudad de Córdoba.
- Implementación del Programa Acompañamiento a Cooperativas (PAC), con la cooperativa "Los Carreros" de la ciudad de Córdoba
- Donaciones de tapas y papel al Hospital Infantil de Córdoba
- Instalación de Ecopuntos para recupero de PET
- Programa "Buenos Vecinos" con barrio Chacras de la Merced y la localidad de Montecristo, en Córdoba
- Donaciones de producto terminado y otros materiales a distintas instituciones
- Empoderamiento de la Mujer: "Mujeres que avanzan" (Cooperativa Los Carreros)
- Medición Percepción Social
- Feria Emprendedores inclusivos
- Medición ETHOS- IARSE
- Ingreso al Registro Único de Organizaciones de Responsabilidad Social (Ruores)
- Programa de apadrinamiento a emprendedores en el marco del programa "Emprende INNdustria" del Gobierno de Córdoba
- Acción Navidad: colaboración con comedores, merenderos, hospitales y geriátricos

PAR

- Uso de cestos especiales de cartón corrugado para separación de residuos y reciclaje de papel y cartón
- Capacitación al personal en separación y reciclaje de residuos de oficina
- Campaña interna de recolección de tapas para reciclaje y apoyo a la organización "Luchando unidos contra el cáncer"
- Reciclaje de botellas post corridas "Cosa buenas suceden cuando reciclas"
- Participación en el VIII Congreso de RSE y Sustentabilidad de ADEC. A través de una alianza con la Fundación Moisés Bertoni, promovimos que el evento sea carbono neutral mediante mediciones y posteriores compensaciones
- Apoyo a la iniciativa "Bomberos por un día"
- Apoyo a la Organización OMAPA en las finales de las Olimpiadas Matemáticas de Paraguay
- Medición ETHOS - IARSE
- Apoyo a Fundación PO para la elaboración de prótesis plásticas

CHI

- Programa de recuperación de canchas: "Coca-Cola Andina Futbol más"
- Programa de puertas abiertas: "Cine Coca-Cola Andina"
- Alianza Red de alimentos
- Programa de Educación ambiental "Kyklos"
- Programa puertas abiertas "Fábrica de la felicidad"
- Limpiezas de playa en Antofagasta y Punta Arenas
- TED X RENCA 2017
- Caravana Navideña en San Antonio
- Medición con la herramienta ESG Compass

Gracias a todas las acciones realizadas en los cuatro países se logró beneficiar directamente a **910.494** personas de la comunidad y recuperar 3.131 t de PET posconsumo.

Educación e inclusión social

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

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



Programas con Junior Achievement

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

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

Asimismo, participamos del programa educativo «Socios por un día» que brinda a los estudiantes del último año de la secundaria la posibilidad de vivir una jornada en la profesión que quisieran para su futuro junto a colaboradores de la Compañía. Gracias a esta iniciativa, el alumno tiene la posibilidad de participar de todas las actividades que desarrolla su “socio” durante un día habitual de trabajo, tales como entrevistas, almuerzos laborales y reuniones de directorio, además de conocer cómo es trabajar en Coca-Cola Andina.

Continuamos colaborando con el Foro Internacional de Emprendedores (FIE), un evento educativo de alto impacto que organiza la Fundación Junior Achievement Córdoba. Se trata de un programa dirigido a jóvenes de entre 16 y 23 años basado en la formación de valores, actitudes y la creación de herramientas, que les permiten descubrir su potencial emprendedor y sus capacidades de acción para que sean protagonistas en la transformación de sus propios espacios.



Becas para la promoción de la excelencia académica

En Chile, la Compañía beneficia a hijos de colaboradores que cumplan con los requisitos cubriendo el 70% de la matrícula y arancel anual de la carrera elegida. Desde el 2003 que se dio inicio al programa se becaron a 70 hijos de colaboradores.

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

El vínculo trasciende el aspecto meramente económico y transforma al colaborador en testigo del desarrollo del alumno, que lo considera su guía, apoyo, estímulo y contención. Además, durante el año se propician instancias de encuentro entre ambos generando una relación permanente y duradera que enriquece a chicos y grandes. Todos los años se suman nuevos padrinos y llevamos más de 80 niños y jóvenes apadrinados.

En alianza con
los Bancos de
Alimentos de
nuestras comunidades
logramos aportar más
de **574.775 litros** y
beneficiar a **150.000**
personas.



Cine y TEDx para la comunidad de Renca

Continúa el programa Cine Coca-Cola Andina que busca estar cerca de los clientes, vecinos de Renca y de quienes viven cerca de nuestros principales centros de distribución. Durante el 2017, más de 1000 niños y clientes disfrutaron de nuestro cine.

Además, con la colaboración de Coca-Cola Andina Chile se realizó la segunda edición de “Charlas TEDx Renca”, una iniciativa que nace con el propósito de ser innovadores e inspirar a nuestros públicos de interés. Este año, la iniciativa contó con la participación de seis oradores y casi 100 invitados. Estuvieron Gonzalo Pedraza (Arte); Francisca Larraín (Comunicación con propósito); Jorge Mujica (Inteligencia artificial); Gonzalo Muñoz (Medioambiente); Carola Pérez (Educación) y Sebastián Cantuarias (Superación de la pobreza). Te invitamos a revivir cada una de las charlas en la web.

1.310

HORAS DE
VOLUNTARIADO

P A R

Emprendamos Juntas

A tono con la iniciativa global 5by20, Coca-Cola Paresa y Fundación Paraguaya presentaron "Emprendamos Juntas", una iniciativa para empoderar a 700 mujeres paraguayas. Beneficiarias del programa contaron ante un salón colmado su experiencia en el programa. No sólo los medios convocados y los expertos escucharon con atención esos testimonios; también eran todo oídos los familiares de esas mujeres a las que "Emprendamos Juntas" les cambió la vida. La capacitación que recibieron en gestión de negocios y finanzas les permitió proyectar un emprendimiento o mejorar el que ya tuvieran en marcha. Una mujer es próspera cuando aprende a generar sus ahorros y a manejar sus cuentas. De esta forma, el objetivo del proyecto es que las mujeres obtengan ingresos, los diversifiquen, puedan ahorrar y acceder al crédito. Se identificaron oportunidades de splash bars, quioscos donde las mujeres que sirven bebidas de Coca-Cola en un espacio de reunión comunal y con precios accesibles, pueden generar ingresos para ellas mismas y sus familias. El dinero que obtienen de cada transacción les ayuda a llevar sustento a sus familias, financiar la educación de sus hijos, e incluso empezar una cuenta de ahorros.



B R A

Coletivo Jovem Coca-Cola

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

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

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

Coletivo llega a más de 150,000 personas en todo Brasil. Si bien cada programa Coletivo incluye una formación específica basada en el empleo, todos enfatizan las habilidades para la vida y la confianza en sí mismos para ayudar a los participantes a construir su propio futuro.

Los gobiernos locales apoyan el modelo de Coletivo, y el programa se asocia con más de 500 ONG's locales y cooperativas de reciclaje para albergar espacios en el aula, apoyar el reclutamiento y las operaciones. Más de 300 empresas respaldan a Coletivo como socios de empleo, incluidos los clientes minoristas y de servicios de comidas de Coca-Cola.



Capacitación y entrenamiento en el mercado del trabajo a jóvenes entre 16 y 25 años en asociación con ONG's locales de las comunidades carentes de Río de Janeiro, Ribeirão Preto. 3.760 beneficiados.

P A R

Escuela Autosustentable Mbaracayú

En medio de la frondosidad del bosque de Mbaracayú, donde Coca-Cola Paresa desarrolla varios programas de conservación, una escuela recibe a más de 100 alumnas cada año para que se conviertan en mujeres independientes que tomen las riendas de sus vidas y las de sus comunidades.

El Centro Educativo para el Desarrollo Sostenible Mbaracayú, una iniciativa de la Fundación Moisés Bertoni en alianza con la Fundación Paraguaya, es un peculiar colegio internado que ofrece a las niñas de la zona educación de calidad. Se trata de campesinas paraguayas, indígenas de las etnias aché, avá guaraní y toba qom, brasileñas y "brasiguayas", que estudian Bachillerato Técnico en Ciencias Ambientales en un marco ideal: la Reserva ocupa 64.405 hectáreas de bosques, pastizales, lagunas, esteros, ríos, arroyos, saltos y nacientes de agua.





Canal Tradicional con Estilo

En Coca-Cola Andina Chile implementamos el proyecto "Almacén Vecino", que busca proteger a los pequeños y medianos comerciantes y mejorar la experiencia de compra de los consumidores finales.

Con el propósito de proteger y apoyar a nuestros clientes del canal tradicional (pequeños y medianos comerciantes) que permanentemente se enfrentan a la amenaza de perder ventas debido a una menor frecuencia de compra en comparación con supermercados y locales al paso creamos "Almacén Vecino", un proyecto que busca proteger a esos clientes y mejorar la experiencia de compra de los consumidores finales.

Las tendencias cambiaron y hoy los consumidores compran en múltiples canales según sus necesidades. En este contexto, los supermercados están tomando un rol relevante apalancados por las sucursales más pequeñas y bien ubicadas.

Si bien este canal tiene ventajas como la posibilidad de ofrecer un mayor surtido de productos, buenas ofertas y una exhibición más ordenada de los mismos; el canal tradicional brinda otros beneficios como la rapidez en la atención, la cercanía y calidez de parte de quien atiende.

De este modo, a través de este proyecto buscamos otorgarle algunos atributos del canal moderno al tradicional, ordenando la sala de venta y apostando a aumentar el surtido de nuestros productos, pero manteniendo sus valores claves.

En 2017 invertimos \$CL 860.000.000 en casi 600 clientes a nivel nacional (un promedio de \$CL 1.4 MM por cada uno) interviniendo su fachada con letreros, toldos e imágenes; su interior con muebles tipo góndola para nuevas categorías y espacios para pan y verduras (que son de gran utilidad para ellos).

Asimismo, mejoramos sus condiciones de crédito, agregamos puertas de frío, marcamos los espacios dentro del local para orientar al consumidor, invertimos en materiales premium y les dimos una atención especializada con el proyecto de vendedor "stills", que le permite pasar más tiempo en la sala pudiendo conocer todo nuestro portafolio y acceder a nuevas ofertas.

Si normalmente un cliente grande maneja tres equipos de frío, apostamos a elevarlo a cinco, ya que gran parte de la compra de almacenes se hace en frío porque se trata de productos de consumo inmediato.

En 2017 instalamos casi 700 nuevos coolers y con esto aumentamos las puertas de frío en 1.396, sumamos 736 metros de muebles para ganar espacio a temperatura ambiente.

Los primeros resultados del proyecto indican que, gracias a estos cambios, los clientes están creciendo un 15% por encima de la tendencia del canal.

Los beneficios de "Almacén Vecino" en primera persona

¿Cómo percibió el proyecto cuando se lo ofrecieron?

— Cuando me visitó el vendedor y me ofreció incorporarme al proyecto de Almacén Vecino, supe que sería algo bueno para mí y para mi local, pero nunca pensé que significaría un cambio radical.

¿Cuál fue ese cambio radical?

— Coca-Cola Andina no me ofreció utilizar el local para colocar su publicidad sino embellecer mi local y orientarme para vender más. Cuando en la segunda visita se acercó el personal del proyecto, el punto de partida fue orientarme sobre cómo tenía exhibido mis productos y cómo podía sacar mayor provecho reordenando mi local. Me ofrecieron equipos de frío nuevos y muebles tipo góndolas para activar mis bebidas, la idea me gustó.

Después me hicieron saber que podía aumentar la venta del consumo inmediato realizando cruces de productos, por ejemplo vender una empanada más una bebida. También me guiaron sobre cómo crear un flujo para que el consumidor recorra todo mi local y así obtener más venta por impulso.



GRI:
413-1
203-1
203-2

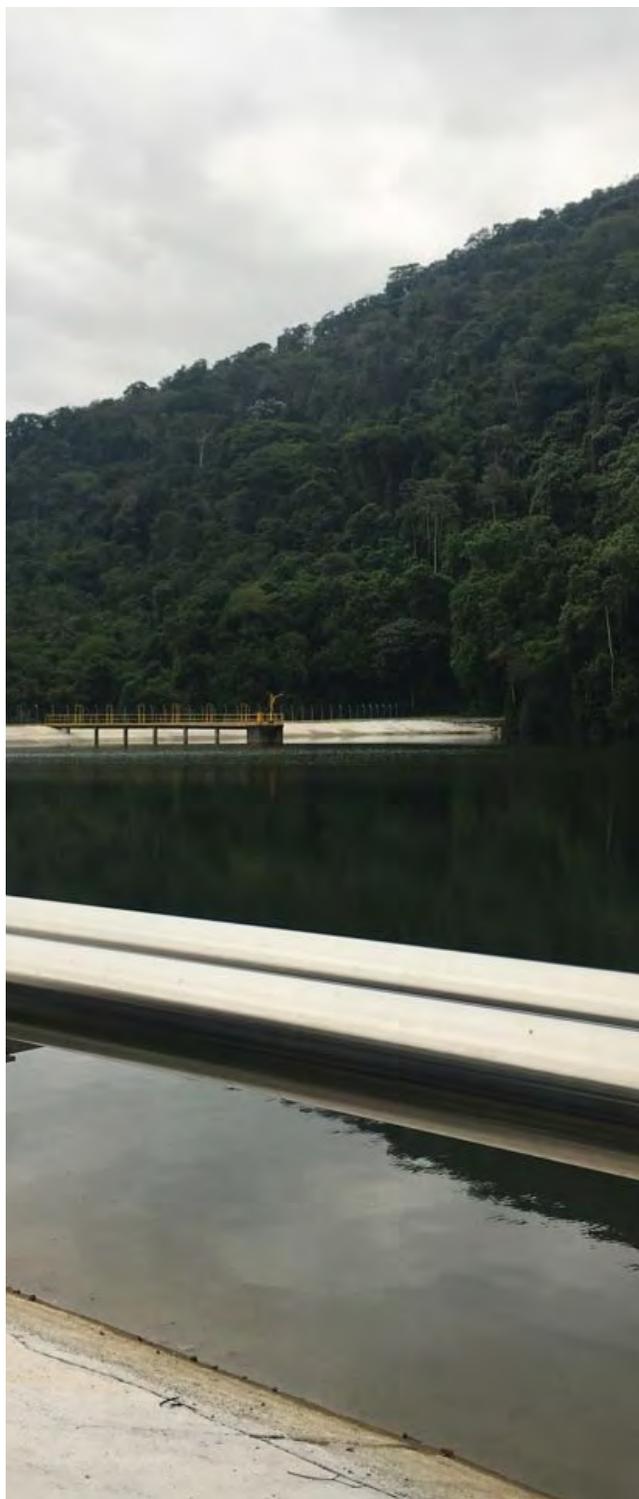
Revisaron mi fachada y me ofrecieron colocar una gráfica en los vidrios para una mayor seguridad de mi caja y la renovación de mi letrero, pero con la implementación de luces LED de bajo consumo y de alta luminosidad, haciendo que mi negocio pueda ser observado desde lejos aún cuando es de noche.

¿Cómo percibieron los cambios sus clientes?

— Mis clientes quedaron asombrados por esta implementación, ya que en un día activaron las máquinas y los letreros. Fue un poco estresante porque prácticamente tuvimos que dar vuelta el local pero fue un cambio radicalmente positivo.

¿Cómo repercutieron estos cambios en la venta?

— Mis ventas mejoraron. Aumenté la cantidad de producto en mi local, ahora trabajo formatos que antes no trabajaba, a través de la nueva disposición de mis muebles obtengo una reposición más rápida y evito vencimientos de productos. Vendo mucho más en todas las marcas, no sólo en Coca-Cola, donde se duplicaron mis ventas. ●



B R A

Construcción con Innovación y Sustentabilidad

Crece la familia Coca-Cola Andina con una nueva operación en Brasil. Levantamos una fábrica en el barrio de Taquara, en la ciudad de Duque de Caxias. Las obras comenzaron en enero de 2016 y está previsto que concluyan en el primer trimestre de 2018. Se trata de un proyecto progresista ejecutado con los mejores estándares de tecnología y sustentabilidad.

Coca-Cola Andina marca un importante hito en Brasil, con la construcción de una nueva planta en el barrio carioca de Taquara en el municipio de Duque de Caxias, Estado de Río de Janeiro, donde durante muchos años funcionó una fábrica de tejidos.

El emprendimiento —que demandó 140 millones de dólares— comenzó a levantarse en enero de 2016 y está previsto que concluya en marzo de 2018. Se suma a la fábrica que la Compañía ya posee en la zona oeste de la ciudad, en el barrio de Jacarepaguá, y otros seis centros de distribución, con un total de 8.000 colaboradores. Para la operación en Duque de Caxias se contratará personal para las áreas de Producción, Calidad, Seguridad Patrimonial, Almacenes y Distribución. La nueva fábrica fue concebida, construida y operada de acuerdo con los criterios LEED (Leadership in Energy & Environmental Design), un sistema de certificación de edificios sostenibles desarrollado por el Consejo de la Construcción Verde de Estados Unidos que implica, entre otras cosas, la racionalización del uso del agua, eficiencia energética, calidad

ambiental interna y externa y uso sustentable de materias primas y recursos.

El proyecto consta de los siguientes innovadores sistemas: iluminación natural, iluminación artificial eficiente tipo led, ventilación natural,

sistema de aire acondicionado ecológico con renovación de aire, baños con reutilización de agua, reutilización del agua de lluvia, reutilización de efluente tratado en torres de enfriamiento y calderas, sistema fotovoltaico para generación de energía. ▶

En 2013, el terreno fue adquirido por Coca-Cola Andina Brasil dando inicio así a un amplio, detallado y documentado trabajo de levantamiento, identificación y remediación del pasivo ambiental dejado en el inmueble por la antigua fábrica de tejidos.



En el marco de este **compromiso** que asumimos, "cada especie forestal tiene su equivalente de **recupero** con la **precisión** del **lugar** donde se va a plantar, el **tratamiento** y **cuidado** que requiere, y hasta la **cantidad de oxígeno** que genera".

Recuperación ambiental del área

En 2013, el terreno fue adquirido por Coca-Cola Andina Brasil dando inicio así a un amplio, detallado y documentado trabajo de levantamiento, identificación y remediación del pasivo ambiental dejado en el inmueble por la antigua fábrica de tejidos. Todas estas acciones fueron previamente autorizadas y monitoreadas por los organismos públicos ambientales competentes.

El Instituto Estatal del Ambiente (inea) emitió la Licencia de Recuperación ambiental y aprobó el plan de Gerenciamiento de Residuos Sólidos (PGRS) presentado. La recuperación ambiental de la antigua fábrica de tejidos implicó: el retiro de equipamientos, estructuras y diversos tipos de residuos sólidos y líquidos allí existentes; la excavación y limpieza del terreno; y el

reciclado del material de demolición que fue utilizado para la construcción de los pisos y calles de pavimento de la nueva planta.

"Se recuperó hasta el último escombros de la vieja planta", enfatizó Rodrigo Klee, quien precisó que el plan de remediación ambiental demandó más de 3 millones de dólares.

Para que todo fuera realizado conforme los procedimientos de recuperación ambiental, la Compañía contrató empresas especializadas que —siguiendo rigurosamente las determinaciones del Instituto Estatal del Ambiente— hicieron un amplio y detallado relevamiento de la situación ambiental con la perforación de pozos de monitoreo posibilitando la presentación de informes concluyentes (Informe de Evaluación Ambiental Preliminar, Informe de Investigación Ambiental Confirmatoria, Informe de Registro de Estructuras e Informe de Investigación

Ambiental Detallada y de Evaluación de Riesgo y Salud Humana) así como el establecimiento de procedimientos efectivos para la integral recuperación ambiental del área de la antigua fábrica de tejidos, como la limpieza y recuperación de la represa de la cual toma agua la planta potabilizadora que abastece a la población vecina.

La compensación forestal

La compensación forestal es el conjunto de acciones que apuntan a la siembra de especies nativas, a fin de reponer en una mayor proporción la cantidad de árboles eliminados para la implantación del proyecto. En el marco de este compromiso que asumimos, "cada especie forestal tiene su equivalente de recupero con la precisión del lugar donde se va a plantar, el tratamiento y cuidado que requiere, y hasta la cantidad de oxígeno que genera", destacó Rodrigo.

En el caso de la nueva fábrica, su construcción fue prioritariamente proyectada en la misma área de la antigua fábrica de tejidos que funcionaba en el lugar, reduciendo al máximo los impactos en las áreas nativas de vegetación. Atendiendo a los requisitos legales, en cumplimiento con el Programa de Reposición Forestal (PFR) conforme los criterios establecidos por la Resolución inea 89/2014, la Compañía registró una extensa área con vegetación nativa para fines de preservación ambiental (auto reserva ambiental) con un total de 31,2 hectáreas. ●

Desafíos para los Próximos Años

La práctica de reportar año a año nos hace mejor, ya que nos miramos y comparamos con estándares de nivel mundial. El principal esfuerzo de este año fue responder a la actualización de los lineamientos de GRI (Global Reporting Initiative) de manera exhaustiva. Durante el 2018 elaboraremos una nueva revisión de materialidad que nos permitirá confirmar y renovar las expectativas de los públicos de interés, con el fin de seguir creciendo sustentablemente generando valor compartido junto a ellos.

Seguimos enriqueciendo nuestro reporte para responder a la Guía Sostenibilidad de Emisores Bolsa de Santiago, como así también a los requerimientos de Dow Jones Sustainability Index manteniendo la práctica de verificarlo por terceras partes.

Nuestros pilares de trabajo son el resultado de la continua comunicación e interacción con nuestros grupos de interés. Este año, alineados a la propuesta de The Coca-Cola Company, se dejó de reportar el pilar de “Vida activa y saludable” y se hizo foco en “Beneficio de bebidas”. Asimismo, internamente propusimos incorporar el pilar de “Gobierno Corporativo” por el diálogo permanente que mantenemos con nuestros accionistas.

Para continuar creciendo de manera sustentable proponemos desafiantes objetivos en cada uno de nuestros ejes de trabajo:

Mercado

- Garantizar el marketing responsable de nuestras campañas y brindar información clara y transparente a toda nuestra cadena de valor.
- Mantener un diálogo colaborativo con las entidades reguladoras sobre la base del respeto por las nuevas legislaciones.
- Continuar refrescando a las personas ampliando el portafolio de productos, incorporando nuevas categorías, fortaleciendo los segmentos de bebidas nutritivas y bajas en calorías.
- Garantizar siempre el abastecimiento de productos y servicios de alta calidad en el mercado, realizando constantes inversiones en tecnología, equipos y formación técnica específica de colaboradores

Energía y clima

- Las nuevas categorías y estilos de consumo nos exigen ser más eficientes en el consumo de recursos.
- Continuar midiendo nuestra huella de carbono buscando implementar proyectos que impacten positivamente en aquellos procesos más críticos, como

son la distribución y refrigeración de nuestros productos.

- Incorporar prácticas de eficiencia de consumo energético en las nuevas instalaciones y obras civiles.
- Ser proactivos en la implementación de energías limpias para nuestras operaciones.

Envases sustentables

Reducir

- Seguir desarrollando diseños óptimos de envases en todos nuestros empaques, reduciendo el peso de nuestras botellas.
- Ofrecer empaques de calidad pensando en el medio ambiente y la facilidad para ser reciclados.
- Trabajar fuertemente en conjunto con nuestros proveedores buscando reducir el consumo de recursos no renovables utilizados en nuestros empaques primarios y secundarios.

Reusar

- Incrementar el uso de resina reciclada (Bottle to Bottle) en nuestras botellas PET ampliando el alcance a todas las operaciones.
- Continuar con campañas de concientización dirigidas a nuestros consumidores

para motivar el consumo de nuestros productos retornables.

- Desarrollar convenios con nuestros recicladores de scrap industrial para mejorar la competitividad de la resina reciclada.
- Implementar proyectos de economía circular con nuestros scrap.

Renovar

- Buscar el equilibrio económico y ambiental para analizar la incorporación de resinas de origen vegetal.

Reciclar

- Contribuir a la consolidación del nexo entre recicladores, puntos de recolección y entes públicos, mediante acuerdos con clientes, instituciones, municipios y lugares de alto consumo para incrementar la obtención de PET posconsumo.
- Monitorear proyectos de reciclado en la comunidad para lograr sustentabilidad y autonomía de recicladores, no sólo para contribuir desde el punto de vista ambiental sino también dando soporte a problemáticas sociales.
- Trabajar con ONG's y la comunidad para fomentar buenos hábitos de recolección y reciclado de envases.



Agua

- Optimizar y rediseñar el uso del agua según la calidad, lo cual permitirá reducir los rechazos por procesos de filtrado.
- Ser más exigente en el control de los balances de agua, incorporando mediciones en cada proceso, ingreso, uso y descarte.
- Mejorar los procesos y tecnología en forma continua para utilizar menos cantidad de agua en la elaboración de nuestros productos, con el desafío de mantener la incorporación de nuevas categorías al portafolio.
- Continuar capacitando a equipos claves en la gestión del recurso hídrico.

Reciclar

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

Reponer

- Seguir participando conjuntamente con The Coca-Cola Company en aquellos

proyectos que impacten en la conservación de fuentes de agua y acceso de agua potable.

- Mantener y monitorear los proyectos que han sido implementados, con el fin de garantizar que continúen captando el agua esperada.

Comunidad

- Aprender de las mejores prácticas que tenemos en las distintas operaciones, tanto internas como de los miembros del Sistema Coca-Cola.
- Localmente cada operación continuará trabajando con los terceros y proveedores, para lograr beneficio mutuo y relaciones que contemplen aspectos económicos, sociales y ambientales.
- Ampliar los programas de capacitación a clientes y la profundización de los modelos de Ruta al Mercado (RTM) para el desarrollo de los pequeños comercios.

Ambiente de trabajo

- Serán años claves para implementar proyectos alineados a la visión que propone nuestra política de respeto a la persona, la diversidad e inclusión.
- Seguir garantizando que en todas las áreas y actividades de nuestra Compañía se respeten las regulaciones legales y los

criterios que establece nuestra Política de Derechos Humanos en el lugar de trabajo.

- Mantener un ambiente seguro y saludable para colaboradores y visitantes. Los conceptos de seguridad se incorporarán al modo de actuar de las personas, generando pautas de conductas seguras y diseñando procesos e instalaciones cada vez menos riesgosos.
- Continuar creciendo en la escucha activa de nuestros colaboradores para ofrecer beneficios que armonicen la vida laboral y personal.
- Mantener el apoyo a programas de voluntariado en iniciativas solidarias, que propendan al desarrollo sustentable y en las que nuestros colaboradores sean los nexos para conocer y contribuir a dar respuestas a las necesidades.

Gobierno Corporativo

- Continuar con el fortalecimiento de nuestra gestión de riesgos.
- Implementar la digitalización, modernizando y agilizando los procesos claves de gestión de riesgos.
- Continuar desarrollando e-learning de nuestras políticas corporativas para capacitar a toda la Compañía en temas como prevención del delito, fraude, compliance, etc.

Características del Reporte



El Reporte sigue los lineamientos desarrollados por el estándar GRI (Global Reporting Initiative – GRI), en su modalidad de “conformidad” exhaustiva. El período cubierto por el Reporte comprende entre el 1 de enero al 31 de diciembre de 2017. Es el Octavo Reporte presentado por Coca-Cola Andina y contempla las operaciones de Coca-Cola Andina en Argentina, Brasil, Chile y Paraguay: Andina Chile; Andina Argentina; Andina Paraguay; Vital S.A. Chile y Andina Brasil.

Nuevamente, el Reporte se presenta en forma conjunta y articulada con la Memoria 2017 de la Compañía.

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

El proceso para su elaboración estuvo liderado por la Gerencia de Control de Gestión y Sustentabilidad Corporativa, que

coordinó la recolección de la información que fue proporcionada por representantes de todas las áreas de la Compañía. Su revisión y aprobación fue realizada por el Comité Corporativo de Sustentabilidad, tal como lo establece la política respectiva.

Para la definición de los contenidos y asuntos materiales a informar, se siguieron los lineamientos del Estándar GRI 103 (Enfoque de Gestión) habiéndose efectuado la correspondiente consulta a los principales grupos de interés (accionistas, colaboradores, proveedores y clientes) de los cuatro países en los que operamos. Los indicadores incluidos para cada aspecto material que se ha identificado tienen el suficiente alcance para informar - en forma clara, exhaustiva y precisa - sobre nuestra gestión, sus aciertos y sus desafíos a futuro.

La cobertura de los temas materiales se detalla en cada inicio de capítulo a través de entrevistas a gerentes, quienes son embajadores de los pilares de sustentabilidad.

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

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



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

Índice de Contenido GRI

Identificación	Detalle	N° de Página / Respuesta	Omisiones	ISO 26000 Cláusulas vinculadas
102-14	Declaración del más alto responsable de la toma de decisiones de la organización (como el director general, el presidente o cargo equivalente) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia para abordar la sostenibilidad.	Páginas 5 a 8		6,2
102-15	Una descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	Pág. 17 Ver además: Documento de Práctica de Gobierno Corporativo Fiscalía 2014, Pág. 8. http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/Practicas%20de%20Gobierno%20Corporativo_fiscalia2017.pdf F2o Pág. 3 - 4 y 8. http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2017%2020F.pdf Memoria Anual 2017, pág 42		7.4.2
102-1	Nombre de la organización.	Pág. 3		
102-2	a. Descripción de las actividades de la organización. b. Las marcas, productos y servicios principales, incluida una explicación de cualquier producto o servicio que esté prohibido en ciertos mercados.	Pág. 10 - 11 y 29		
102-3	Lugar donde se encuentra la sede de la organización.	RUT: 91.144.000-8 Domicilio: Av. Miraflores 9153 / Renca / Santiago / Chile		
102-4	Indique en cuántos países opera la organización y nombre aquellos países donde la organización lleva a cabo operaciones significativas o que tienen una relevancia específica para los asuntos de sostenibilidad objeto de la memoria.	Pág. 11		
102-5	Describa la naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	Embotelladora Andina es una sociedad anónima abierta que fue constituida por escritura pública de fecha 7 de febrero de 1946, en Santiago, Chile. Para mayor información ver: Ver: Memoria Anual 2017. Pág. 4; 11 y 14		
102-6	Mercados servidos, e incluir: i. las ubicaciones geográficas en las que se ofrecen los productos y servicios; ii. los sectores servidos; iii. los tipos de clientes y beneficiarios.	Página 11.		
102-7	Determine la escala de la organización, indicando: número de empleados; número de operaciones; ventas netas (para las organizaciones del sector privado) o ingresos netos (para las organizaciones del sector público); capitalización, desglosada en términos de deuda y patrimonio (para las organizaciones del sector privado); y cantidad de productos o servicios que se ofrecen.	Página: 11. Ver también Memoria Anual 2017, Pág. 25; 27; 29 y 31		

Identificación	Detalle	N° de Página / Respuesta	Omisiones	ISO 26000 Cláusulas vinculadas
102-8	<p>La organización informante debe presentar la siguiente información:</p> <p>a. El número total de empleados por contrato laboral (permanente o temporal) y por sexo.</p> <p>b. El número total de empleados por contrato laboral (permanente o temporal) y por región.</p> <p>c. El número total de empleados por tipo de contrato laboral (a jornada completa o a media jornada) y por sexo.</p> <p>d. Si una parte significativa de las actividades de la organización la llevan a cabo trabajadores que no sean empleados. Se debe incluir, si procede, una descripción de la naturaleza y la magnitud del trabajo realizado por los trabajadores que no sean empleados.</p> <p>e. Cualquier variación significativa de las cifras presentadas en los Contenidos 102-8-a, 102-8-b o 102-8-c (como las variaciones estacionales de los sectores del turismo o la agricultura).</p> <p>f. Una explicación de cómo se han recopilado los datos, incluidas las suposiciones que se han hecho.</p>	Pág. 76		
102-41	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	Pág. 70		
102-9	Descripción de la cadena de suministro de la organización, incluidos los elementos principales relacionados con las actividades, marcas principales, productos y servicios de la organización.	Páginas 15 - 16		
102-10	Comunique todo cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad o la cadena de suministro de la organización.	Pág. 9 - 10		
102-11	Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución.	<p>Pág. 17 - 19</p> <p>Contamos con 20 operaciones de trabajo certificados con normas y estándares internacionales. Los cuales se auditan todos los años. Certificaciones: ISO9001; ISO14001; OHSAS 18001; FSSC 22000; Estándar KORE; HACCP; Top Ten Fatality; Principios Rectores del Proveedor.</p> <p>Ver también:</p> <p>Política Sustentabilidad Corporativa</p> <p>Política Corporativa Administración de Riesgos</p> <p>http://www.koandina.com/pagina.php?p=gobierno-politicas</p>		
102-12	Elabore un listado de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.	<p>Participamos de diversas iniciativas externas de carácter económico, social y ambiental, todas voluntarias y con el fin de mejorar nuestros procesos y compartir nuestras experiencias.</p> <p>Pág. 20.</p> <p>Coca-Cola Andina adhiere a los principios e iniciativas de las que participa Coca-Cola Company y el Sistema Coca-Cola. Entre ellos los principios de Pacto Global y la Declaración de DDHH de las Naciones Unidas.</p> <p>Embotelladora Andina S.A. firmó su adhesión al Pacto Global de Naciones Unidas en Chile durante el transcurso del 2015, el cual mantuvo durante el 2017.</p>		

Identificación	Detalle	N° de Página / Respuesta	Omisiones	ISO 26000 Cláusulas vinculadas
102-13	Lista de las principales afiliaciones a entidades del sector u otras asociaciones y las organizaciones de defensa de intereses a nivel nacional o internacional	Página 21		
102-45	Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes. Señale si alguna de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes no figuran en la memoria.	El Reporte de Sustentabilidad y la Memoria Anual 2017 comprenden a las mismas entidades y se presentan en forma simultánea. Se consolidan las principales plantas de embotellado de los países Argentina, Brasil, Chile y Paraguay. Pág. 14 de Memoria Financiera 2017.		
102-46	Describa el proceso que se ha seguido para determinar el Contenido de la Memoria y la Cobertura de cada Aspecto. Explique cómo ha aplicado la organización los Principios para la Elaboración de Memorias para determinar el contenido de la memoria.	Pág. 93		
102-47	Lista de los temas materiales identificados en el proceso de definición de los contenidos del informe.	Pág. 9		
103-1 103-2 103-3	Para cada tema material, la organización informante debe presentar la siguiente información: a. La explicación del motivo por el que el tema es material. b. La Cobertura del tema material, que incluye una descripción de: i. dónde se produce el impacto; ii. la implicación de la organización en los impactos. Por ejemplo, si la organización ha causado o contribuido a los impactos o está vinculada directamente con los impactos a través de sus relaciones de negocio. c. Cualquier limitación particular relativa a la Cobertura del tema.	Pág.18-19; 26-28; 36-38; 44-46; 53-55; 67-68 y 77-79		
102-48	Describa las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas.	No existieron reformulaciones, la información se mantiene consistente con los reportes de años anteriores. La metodología de elaboración fue de acuerdo a los requerimientos obligatorios de la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS) y la Iniciativa Global de Reportes (GRI - G4). Además se incluye una comunicación de progreso para Pacto Global de las Naciones Unidas.		
102-49	Cambios significativos con respecto a los periodos objeto del informe anteriores en la lista de temas materiales y Coberturas de los temas.	Pág. 9		
	Participación de los grupos de interés			4-5; 5-3
102-40	Elabore una lista de los grupos de interés vinculados a la organización.	Pág. 24		
102-42	Indique en qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja	Pág. 24		
102-43	Describa el enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés, incluida la frecuencia con que se colabora con los distintos tipos y grupos de partes interesadas, o señale si la participación de un grupo se realizó específicamente en el proceso de la memoria.	Páginas 23-25		

Identificación	Detalle	N° de Página / Respuesta	Omisiones	ISO 26000 Cláusulas vinculadas
102-44	Señale qué cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la Participación de los grupos de interés y describa la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su memoria. Especifique qué grupos de interés plantearon cada uno de los temas y problemas clave.	Los referentes de sustentabilidad de cada país tiene reuniones con el área de Public Affairs and Sustainability de Coca-Cola Company periódicamente. Allí se detectan las cuestiones claves, para el 2017 algunos de los temas fueron: Por los propios colaboradores se identificaron temas como diversidad e inclusión y logística reversa, gracias a la herramienta de auto diagnóstico ETHOS-IARSE. Por parte del Directorio surgieron temas como Gobierno Corporativo y Gestión de Riesgos.		
102-50	Periodo objeto de la memoria (por ejemplo, año fiscal o año calendario).	1° de enero de 2017 al 31 de diciembre de 2017		
102-51	Fecha de la última memoria (si procede).	Marzo de 2017		
102-52	Ciclo de presentación de memorias (anual, bianual, etc.).	Anual		
102-53	Facilite un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir sobre el contenido de la memoria.	Pág. 3		
102-54	La organización informante debe presentar la siguiente información: a. Declaración de la organización de que ha elaborado el informe de conformidad con los estándares GRI, usando alguna de las siguientes fórmulas: i. Este informe se ha elaborado de conformidad con los estándares GRI: opción Esencial; ii. Este informe se ha elaborado de conformidad con los Estándares GRI: opción Exhaustiva.	Pág. 93 Este informe se ha elaborado de conformidad con los Estándares GRI: opción Exhaustiva		
102-55	El índice de contenidos GRI, que especifica todos los estándares GRI utilizados y enumera todas los contenidos incluidos en el informe. b. Para cada contenido, el índice de contenidos debe incluir: i. el número del contenido (contenidos cubiertos por los estándares GRI); ii. los números de página o URL en los que se encuentra el contenido, ya sea en el informe o en otros materiales publicados; iii. si procede, los motivos para la omisión, en caso de que no sea posible aportar el contenido necesario.	Pág. 93		
102-56	Descripción de la política y las prácticas actuales de la organización acerca de cómo solicitar la verificación externa del informe. b. Si el informe se ha verificado externamente: i. referencia al informe de verificación externa, las declaraciones o las opiniones. Si no se incluye en el informe de verificación que acompaña al informe de sostenibilidad, una descripción de lo que se ha verificado y lo que no y sobre la base de qué. También se debe indicar los estándares de verificación utilizados, el nivel de verificación obtenido y cualquier limitación del proceso de verificación; ii. la relación entre la organización y el proveedor de la verificación; iii. si y cómo están implicados el máximo órgano de gobierno o los altos ejecutivos en la solicitud de verificación externa del informe de sostenibilidad de la organización.	Pág. 93 Informe de Verificación		

Identificación	Detalle	N° de Página / Respuesta	Omisiones	ISO 26000 Cláusulas vinculadas
102-18	<p>a. La estructura de gobernanza de la organización, incluidos los comités del máximo órgano de gobierno.</p> <p>b. Los comités responsables de la toma de decisiones sobre temas económicos, ambientales y sociales.</p>	<p>Pág. 22</p> <p>Ver además:</p> <p>Respuesta al indicador 102-26</p> <p>Documento de la JOA Junta General Ordinaria de Accionistas 2017. Pág. 1-2-3 . Anexo 1 Estructura Organizativa</p> <p>F2o página 82 y 83 - Directores, Administración Superior y Empleados http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2017%2020F.pdf</p> <p>Política Corporativa de Sustentabilidad y Política Corporativa de Gestión y Control de Riesgos. http://www.koandina.com/pagina.php?p=gobierno-politicas</p>		
102-19	<p>Describa el proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno delega su autoridad en la alta dirección y en determinados empleados para cuestiones de índole económica, ambiental y social.</p>	<p>Pág. 22</p> <p>Además, la compañía cuenta con directrices específicas para la delegación de autoridad formalizadas en un Documento de Política Corporativa de Delegación de Autoridad y el Directorio se reúne una vez al mes para conocer los resultados de la empresa y todos los asuntos que son de su competencia.</p> <p>Para mayor información ver:</p> <p>F2o Pág. 82 y 83 - Directores, Administración Superior y Empleados http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2017%2020F.pdf</p>		
102-20	<p>Indique si existen en la organización cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales, y si sus titulares rinden cuentas directamente ante el órgano superior de gobierno.</p>	<p>Páginas 22</p> <p>La compañía cuenta con responsables de sustentabilidad, medio ambiente, seguridad y Relaciones con públicos de interés; lo cuales deben gestionar los temas sociales y ambientales.</p> <p>Política Corporativa de Sustentabilidad y Política Corporativa de Gestión de Riesgos http://www.koandina.com/pagina.php?p=gobierno-politicas</p>		
102-21	<p>Describa los procesos de consulta entre los grupos de interés y el órgano superior de gobierno con respecto a cuestiones económicas, ambientales y sociales. Si se delega dicha consulta, señale a quién y describa los procesos de intercambio de información con el órgano superior de gobierno.</p>	<p>Pág. 23 y 24</p> <p>Además, con motivo de la promulgación de la Norma de Carácter General N°385*, el Directorio hizo un relevamiento de todos los temas relativos al cumplimiento de éstas, las cuales incluyen sugerencias específicas de prácticas referidas a asuntos económicos, de sustentabilidad, de gestión de riesgos y sociales. Para hacer este relevamiento, se contó con asesoría externa especializada.</p> <p>Es de destacar que la norma anteriormente citada, busca proveer al mercado con información respecto de las prácticas de gobierno corporativo con que cuentan las sociedades anónimas abiertas; abordando al efecto distintos aspectos relacionados con el funcionamiento del Directorio; la relación entre la Sociedad, los accionistas y el público en general; la gestión y control de riesgos aplicados en la Sociedad; y la evaluación por parte de un tercero de la adopción de estas prácticas.</p> <p>Ver también: Memoria Anual 2017. Pág. 16</p>		

Identificación	Detalle	N° de Página / Respuesta	Omisiones	ISO 26000 Cláusulas vinculadas
102-22	<p>Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités de acuerdo con las siguientes variables:</p> <ul style="list-style-type: none"> i. nivel ejecutivo o no ejecutivo; ii. independencia; iii. antigüedad en el órgano de gobierno; iv. número de cargos significativos y compromisos de cada persona y naturaleza de los compromisos; v. sexo; vi. afiliación a grupos sociales infrarrepresentados; vii. competencias relacionadas con temas económicos, ambientales y sociales; viii. representación de los grupos de interés. 	<p>Ver respuesta en este Índice al indicador 102-24</p> <p>Acerca de la independencia, ver:</p> <p>Doc. de Comparación de Estándares - Gobierno Corporativo Chile - EEUU. http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/comparacion_estandares_gob_corporativo%20Chile-EEUU.pdf</p> <p>2oF Pág.83 a 86: Composición del Directorio y Principales Ejecutivos (Sexo y Edad) y Competencia y Experiencia. http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2017%202oF.pdf</p> <p>Memoria Anual 2016. Pág. 18; 19 y 20</p>		
102-23	<p>Indique si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo. De ser así, describa sus funciones ejecutivas y las razones de esta disposición.</p>	<p>Ni el Presidente ni los Directores se desempeñan en puestos ejecutivos.</p> <p>Ver además:</p> <p>2oF EN Pág. 83 a 86 http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2017%202oF.pdf</p>		
102-24	<p>Describa los procesos de nombramiento y selección del órgano superior de gobierno y sus comités, así como los criterios en los que se basa el nombramiento y la selección de los miembros del primero, entre otros, si se tiene en cuenta la diversidad, y de qué modo, si se tiene en cuenta la independencia, y de qué modo; si se tienen en cuenta y de qué modo, los conocimientos especializados y la experiencia en los ámbitos, económico, ambiental y social; si están involucrados los grupos de interés (entre ellos los accionistas) y de qué modo.</p>	<p>La elección del Directorio se realiza de conformidad a la Ley sobre Sociedades Anónimas de Chile (18.046). El Directorio es el órgano a través del cual se ejerce la administración de la empresa y se elige por la Junta Ordinaria de Accionistas en cada periodo estatutario, en nuestro caso cada 3 años. Votan los titulares de las acciones Serie A que eligen 12 directores y los de la Serie B que eligen 2 directores. Los directores pueden o no ser accionistas de la Sociedad, duran en su mandato 3 años y pueden ser reelegidos indefinidamente. En la actualidad el Directorio está compuesto por 9 directores Chilenos y 5 extranjeros, todos ellos hombres, que cuentan conocimientos especializados y experiencia para desempeñar sus funciones. Aunque no es requisito legal, los conocimientos y experiencia son muy tenidos en cuenta a la hora de seleccionarlos, y sus curriculum vitae acompañan siempre sus postulaciones. La ley chilena exige que en ciertos casos las sociedades anónimas tengan directores independientes. Estamos obligados a ello y la independencia de estos directores está garantizada, ya que deben cumplir con requisitos legales tales como no mantener cierta relación de parentesco, ni relación como accionista, administrador o ejecutivo de la Compañía. Estos directores son propuestos por accionistas que representen el 1% o más de las acciones de la sociedad y sus candidaturas se presentan 10 días antes de la Junta de Accionistas en la cual se renueva el Directorio. Los candidatos deben acompañar dos días antes de la Junta una declaración de independencia en la que señalan cumplir con los requisitos legales y asumen el compromiso de mantenerse independientes durante todo su periodo.</p> <p>Para mayor información ver: Memoria Anual 2017. Pág. 16 (Gobierno Corporativo).</p> <p>2oF Directorio y Junta de Accionistas. Pág.99 http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2017%202oF.pdf</p>		

Identificación	Detalle	N° de Página / Respuesta	Omisiones	ISO 26000 Cláusulas vinculadas
102-25	<p>Describa los procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de interés. Indique si los conflictos de interés, se comunican a las partes interesadas. Indique, como mínimo: membresía de distintas juntas, tenencia de acciones y de proveedores y otros grupos de interés; existencia de un accionista de control, información que revela sobre las partes relacionadas.</p>	<p>Ver: Documento Prácticas de Gobierno Corporativo (Norma de Carácter General 385) http://www.koandina.com/uploads/NCG%20385.pdf</p> <p>Código de Ética V1.0 punto 2. Pág. 2 http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/Codigodeeticav1_o.pdf</p>		
102-26	<p>Las funciones que desempeñan los altos ejecutivos y el máximo órgano de gobierno en el desarrollo, la aprobación y la actualización del objetivo de la organización, las declaraciones de valores o misiones, las estrategias, las políticas y los objetivos relacionados con temas económicos, ambientales y sociales.</p>	<p>El Directorio, cuenta con un Comité Ejecutivo que tiene por funciones el supervisar y proponer pautas para la marcha general de los negocios sociales y el control de las operaciones en forma permanente mediante sesiones periódicas. También, y según lo prescrito en el artículo 50 bis de la Ley 18.046 sobre Sociedades Anónimas, y en conformidad a lo dispuesto en la Circular N°1.956 y Oficio Circular N°560 de la Superintendencia de Valores y Seguros el Directorio existe un Comité de Directores, cuyas funciones son: - Examinar los informes de los auditores externos, el balance y demás estados financieros presentados por la administración de la Sociedad a los accionistas, y pronunciarse respecto de éstos en forma previa a su presentación a los accionistas para su aprobación. - Proponer al Directorio los auditores externos y clasificadores privados de riesgo, que son sugeridos a la junta de accionistas respectiva.- Examinar los antecedentes relativos a las operaciones a que se refiere el Título XVI de la Ley N°18.046 y evacuar los informes respectivos. - Examinar los sistemas de remuneraciones y planes de compensación de los gerentes, ejecutivos principales y trabajadores de la Sociedad. - Informar al Directorio respecto de la conveniencia de contratar o no a la empresa de auditoría externa de la Sociedad para la prestación de servicios que no forman parte de la auditoría externa, cuando ellos no se encuentren prohibidos de conformidad a lo establecido en el artículo 242 de la ley N° 18.045 de Mercado de Valores. - Revisar y aprobar el reporte 20-F de la Compañía y verificar el cumplimiento por parte de la Administración de la regla 404 de la Ley Sarbanes Oxley (Bajo la sección 404 de la ley Sarbanes Oxley, la Administración debe realizar una evaluación anual de los controles internos de la Compañía). Todo ello, sin perjuicio de las demás funciones que realiza tales como analizar y dar seguimiento a políticas corporativas, revisar la procedencia e implementación de nuevos sistemas o modelos de negocios.</p> <p>Para mayor información ver:</p> <p>Estatuto Societario Reforma 25/06/2012 Art.10 http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/Estatutos%20Societarios%20Reforma%2025-06-12.pdf</p> <p>Prácticas de Gobierno Corporativo Fiscal 2014 hace referencia al funcionamiento del Directorio en punto A. http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/Practicas%20de%20Gobierno%20Corporativo_fiscalia2014.pdf</p> <p>F2o Pág. 88. http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2017%2020F.pdf</p>		
102-27	<p>Señale qué medidas se han tomado para desarrollar y mejorar el conocimiento colectivo del órgano superior de gobierno con relación a los asuntos económicos, ambientales y sociales.</p>	<p>La compañía se ocupa de contribuir a su mayor especialización mediante la realización de charlas con expertos, presentaciones especializadas, la elaboración de informes específicos, etc. También se realizan visitas del comité ejecutivo a cada país (Argentina, Brasil, Chile y Paraguay) y se invita a especialistas en política económica.</p>		

Identificación	Detalle	N° de Página / Respuesta	Omisiones	ISO 26000 Cláusulas vinculadas
102-28	<p>Describa los procesos de evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con el gobierno de los asuntos económicos, ambientales y sociales. Indique si la evaluación es independiente y con qué frecuencia se lleva a cabo. Indique si se trata de una autoevaluación. Describa las medidas adoptadas como consecuencia de la evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con la dirección de los asuntos económicos, ambientales y sociales; entre otros aspectos, indique como mínimo si ha habido cambios en los miembros o en las prácticas organizativas.</p>	<p>Aunque no existe un proceso de evaluación formal, anualmente se produce un informe sobre el cumplimiento de las prácticas adoptadas, razón por la cual los directores son muy rigurosos en dar seguimiento y cumplimiento a las buenas prácticas corporativas comprometidas. Los cambios en el Directorio se describen en Pág. 18 de la Memoria Anual 2017.</p> <p>Ver además: Documento Prácticas de Gobierno Corporativo (Norma de Carácter General 385) http://www.koandina.com/uploads/NCG%20385.pdf</p>		
102-29	<p>a. La función del máximo órgano de gobierno en la identificación y gestión de temas económicos, ambientales y sociales y sus impactos, riesgos y oportunidades (incluida su función en la aplicación de los procesos de debida diligencia).</p> <p>b. Si la consulta al grupo de interés se usa para ayudar al máximo órgano de gobierno en la identificación y gestión de temas económicos, ambientales y sociales y sus impactos, riesgos y oportunidades.</p>	<p>Pág. 17-19</p> <p>Existen políticas y procedimientos específicos para la administración de los distintos riesgos asociados a nuestro funcionamiento. A estos efectos, la Compañía cuenta con una Gerencia de Riesgo cuya función es proponer e implementar estándares y actividades de control para la mitigación de los mismos. Además, el Directorio acordó reunirse al menos trimestralmente con la unidad de Gestión de Riesgos de la Sociedad con el fin de analizar el adecuado funcionamiento del proceso de gestión de riesgos, la matriz de riesgos empleada por dicha unidad (así como las principales fuentes de riesgos y metodologías para la detección de nuevos riesgos y probabilidad e impacto de ocurrencia de aquellos que sean más relevantes), y las recomendaciones y mejoras que sería pertinente realizar a fin de gestionar mejor los riesgos de la entidad.</p> <p>Ver además: Documento Prácticas de Gobierno Corporativo (Norma de Carácter General 385) http://www.koandina.com/uploads/NCG%20385.pdf Pág.. 8 - Punto 4 A</p> <p>Política Corporativa de Gestión y Control de Riesgos http://www.koandina.com/pagina.php?p=gobierno-politicas</p>		
102-30	<p>Describa la función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo de la organización en lo referente a los asuntos económicos, ambientales y sociales.</p>	<p>Pág. 17-19</p> <p>Estamos implementando un modelo de Gestión y Control de Riesgos (GCR). En este modelo, el Directorio cumple un rol fundamental, contándose entre sus principales responsabilidades el conocer y comprender todos los riesgos relevantes que asume la Compañía, aprobar la estrategia y lineamientos generales de la GCR y monitorear el funcionamiento continuo de los procesos de GCR reportados por el Comité de Riesgos a través de las evaluaciones realizadas por Auditoría Interna (que depende del Directorio).</p>		

Identificación	Detalle	N° de Página / Respuesta	Omisiones	ISO 26000 Cláusulas vinculadas
102-31	La frecuencia con la que el máximo órgano de gobierno lleva a cabo la evaluación de temas económicos, ambientales y sociales y sus impactos, riesgos y oportunidades.	<p>En función de lo dispuesto en la Política Corporativa de Gestión y Control de Riesgos que fue aprobada por el Directorio en diciembre 2015, en forma trimestral el Comité de Riesgos informará al Directorio sobre: 1. El adecuado funcionamiento del proceso de gestión de riesgos. 2. La matriz de riesgos empleada por la Compañía así como las principales fuentes de riesgos y metodologías para la detección de nuevos riesgos y la probabilidad e impacto de ocurrencia de aquellos más relevantes. 3. Las recomendaciones y mejoras que en opinión del Comité de Riesgos sería pertinente realizar para gestionar de mejor manera los riesgos de la Compañía. 4. Los planes de contingencia diseñados para reaccionar frente a la materialización de eventos críticos, incluida la continuidad del Directorio en situaciones de crisis. 5. Resultados de Auditorías.</p> <p>Ver además:</p> <p>F2o Pág. 87 http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2017%2020F.pdf</p>		
102-32	Indique cuál es el comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización y se asegura de que todos los Aspectos materiales queden reflejados.	<p>Pág. 22</p> <p>El CEO y el Directorio aprueban la Memoria y el Reporte de Sustentabilidad Anual.</p>		
102-33	Describa el proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno.	<p>El Directorio celebra sesiones programadas al menos una vez al mes donde se tratan temas varios entre los cuales se encuentran las preocupaciones importantes transmitidas al órgano superior del gobierno. El enfoque de toma de decisiones es descentralizado, otorgándole a las operaciones un nivel de autonomía suficiente, el cual se enmarca dentro de ciertos límites para mantener el control estratégico de sus negocios. (Documento Política Corporativa de Delegación de Autoridad)</p> <p>Ver además:</p> <p>2oF Pág. 86 http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2017%2020F.pdf</p>		
102-34	Señale la naturaleza y el número de preocupaciones importantes que se transmitieron al órgano superior de gobierno; describa asimismo los mecanismos que se emplearon para abordarlos y evaluarlos.	<p>Los principales temas y preocupaciones que se transmitieron al órgano superior de gobierno comprendieron la revisión de denuncias anónimas, el análisis de informes de auditoría Interna, la revisión y aprobación de políticas corporativas tales como las de sustentabilidad corporativa y gestión de riesgos, u otras normas que aplicables a gobierno corporativo o la empresa, sistemas de control Internos, revisión y aprobación de nuevos negocios, revisión y aprobación de resultados, consolidados y por operación. Algunas de éstas materias fueron revisadas en el Comité Ejecutivo y luego analizadas por el Directorio, otras se trataron directamente en el Directorio. Según su naturaleza, si vienen de una operación específica, de la administración o del Canal de Denuncias Anónimas, se determina el mecanismo de resolución. El Directorio se reúne una vez al mes para conocer los resultados de la empresa y todos los asuntos que son de su competencia.</p> <p>Para mayor información ver:</p> <p>Memoria Anual 2017. Pág.17 Tareas desarrolladas por el Comité de Directores según Ley N°180.46 (Art. 50 bis) de Sociedades Anónimas.</p>		

Identificación	Detalle	N° de Página / Respuesta	Omisiones	ISO 26000 Cláusulas vinculadas
102-35	<p>Las políticas de remuneración para el máximo órgano de gobierno y los altos ejecutivos en lo que atañe a los siguientes tipos de remuneración:</p> <p>i. El sueldo fijo y el sueldo variable, incluidos el sueldo en función del desempeño, el sueldo en función de la participación en las utilidades, las bonificaciones y las acciones diferidas o conferidas;</p> <p>ii. Las bonificaciones de contratación o los pagos de incentivos de contratación;</p> <p>iii. Las indemnizaciones por despido;</p> <p>iv. Los reembolsos;</p> <p>v. Los beneficios por jubilación, incluida la diferencia entre los planes de beneficios y las tasas de contribución del máximo órgano de gobierno, los altos ejecutivos y todos los demás empleados.</p> <p>b. La relación existente entre los criterios de desempeño de las políticas de remuneración y los objetivos del máximo órgano de gobierno y de los altos ejecutivos en temas económicos, ambientales y sociales.</p>	<p>Ver: Memoria Anual 2017. Pág. 62</p> <p>20F - Punto B. Remuneraciones - Páginas 84 y 85. http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2017%2020F.pdf</p> <p>Documento de 2017 Acta JOA, página 30 y 31 puntos 4.1, 4.2 y 4.3. http://www.koandina.com/uploads/comunicados/2017%20HE%20Acuerdos%20JOA.pdf</p>		
102-36	<p>Describa los procesos mediante los cuales se determina la remuneración. Indique si se recurre a consultores para determinar la remuneración y si estos son independientes de la dirección. Señale cualquier otro tipo de relación de dichos consultores en materia de retribución puedan tener con la organización.</p>	<p>Ver: 20F - Punto B. Remuneraciones - Pág. 84 y 85 http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2017%2020F.pdf</p> <p>En el Acta JOA Documento 2017, Pág. 34 y 35. se detalla el procedimiento a través del cual se realiza la asignación de remuneraciones al Directorio, miembros del Comité Ejecutivo, miembros del Comité de Directores y Comité de Auditoría. http://www.koandina.com/uploads/comunicados/2017%20HE%20Acuerdos%20JOA.pdf</p>		
102-37	<p>Explique cómo se solicita y se tiene en cuenta la opinión de los grupos de interés en lo que respecta a la retribución, incluyendo si procede, los resultados de las votaciones sobre políticas y propuestas relacionadas con esta cuestión.</p>	<p>La Asamblea de Accionistas que se reúne una vez al año, es quien aprueba o no la propuesta del Directorio a través de la votación a favor o en contra, dejándose registro en las Actas de Directorio.</p> <p>Ver también: Documento 2017 Acta JOA http://www.koandina.com/uploads/comunicados/2017%20HE%20Acuerdos%20JOA.pdf</p>		
102-38	<p>Calcule la relación entre la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor paga) del país correspondiente.</p>	<p>Esta información resulta confidencial para resguardar la seguridad personal de colaboradores y de los altos mandos de nuestra organización.</p>	x	
102-39	<p>Calcule la relación entre el incremento porcentual de la retribución total anual de la persona mejor paga de la organización en cada país que se llevan a cabo operaciones significativas con el incremento porcentual de la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente.</p>	<p>Esta información resulta confidencial para resguardar la seguridad personal de colaboradores y de los altos mandos de nuestra organización.</p>	x	

Identificación	Detalle	N° de Página / Respuesta	Omisiones	ISO 26000 Cláusulas vinculadas
102-16	Describe los valores, los principios, los estándares y las normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.	Pág. 20 Ver además: Memoria Anual 2017. Pág. 6 y 16 Código de Ética V1_o http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/CodigodeEticav1_o.pdf Código de Ética de Proveedores y Terceros V1.o http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/Codigo_Etica_Proveedores%20y%20Terceros.pdf		
102-17	Describe los mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética, lícita y para los asuntos relacionados con la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento.	Páginas 20 Ver además: Memoria Anual 2017 Pág. 6 y 16 Web Koandina - Sección Denuncias Anónimas		
102-17	Describe los mecanismos internos y externos de denuncias de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización tales como la notificación escalonada a los mandos directivos, los mecanismos de denuncia e irregularidades o las líneas telefónicas o de ayuda.	Pág. 23 Ver además: Memoria Anual 2017. Pág. 16. Código de Ética V1_o - Conflictos de Intereses Pág. 2 y 3; Pág. 9 y 10 En el caso que una Persona enfrente un Conflicto de Interés, o detecte un Potencial Conflicto de Interés, deberá informarlo oportunamente a la Compañía, y abstenerse de realizar acciones que generen o puedan generar tal conflicto, salvo autorización expresa y por escrito del Comité de Ética de la Compañía. http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/CodigodeEticav1_o.pdf		
201-1	Valor económico directo generado y distribuido.	Pág. 13 y 14		6.8.1; 6.8.2; 6.8.3; 6.8.9
201-2	Consecuencias económicas y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización que se derivan del cambio climático.	Los riesgos/oportunidades se detectan y tratan a través del proceso de Administración de Riesgos. Algunos identificados durante el 2017, fueron: Regulatorios: Ley de etiquetado, impuestos por azúcares, impuestos por generación de residuos y ley de diversidad Ambientales: Aumento de lluvias, Aumento de temperaturas, escasez de agua y contaminación ambiental por polución. Pág. 17		6.5.5
201-3	Cobertura de las obligaciones de la organización derivadas de su plan de prestaciones.	La Compañía cumple con el sistema de obligaciones previsionales vigentes en todos los países donde tiene operación. Pág. 73		6.8.7
201-4	Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno.	No hubo ayudas económicas en el período		
202-1	Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	La brecha salarial por sexo es: Ejecutivas/Ejecutivos: 68,8% Otras/Otros: 114,9%		

Identificación	Detalle	N° de Página / Respuesta	Omisiones	ISO 26000 Cláusulas vinculadas
202-2	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	Memoria anual 2017, página 18 y 20 La mayoría de los empleados en cada país tienen la nacionalidad del país donde trabajan. Los directores de la compañía son 14: chilenos (10) y extranjeros (4). La primera línea corporativa son 6 personas, 4 de nacionalidad chilena y 2 argentinos. Se define como altos directivos; al Directorio y a la primera línea corporativa. Se define nacional cuando coincide su nacionalidad con la filial donde desempeña sus funciones, excepto para el caso de los chilenos, que estarán identificados como tal en cualquiera de los países; y extranjeros serán aquellos que no apliquen en ninguno de los casos anteriores.		
203-1	Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructura y los tipos de servicios.	Páginas 13 y 14 Algunas de las inversiones en infraestructura que la Compañía desarrolló durante el periodo fueron: Renovación de equipos de frío, lo cual continúa beneficiando a clientes y comunidades por el ahorro eléctrico. Modificación para reducir gramaje de botellas y tapas, lo cual es positivo para la comunidad porque se generan menos residuos. Aumento de parque de botellas retornables Construcción de nueva planta en Duque de Caxias Brasil		6.3.9; 6.8.1; 6.8.2; 6.8.7; 6.8.9
203-2	Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos	Páginas 13 y 14 Coca-Cola Andina como parte del Sistema Coca-Cola genera un valor agregado en los países donde opera equivalente al 0,3% del PIB (o PBI) del país.(aproximadamente). También se pueden ver en el cuadro de valor económico distribuido los aportes al fisco, salarios a empleados directos e inversiones. Cuando incluimos el impacto indirecto que genera el Sistema Coca-Cola en cada región donde opera, este equivalente del PBI asciende a 1%.		6.3.9; 6.6.6; 6.6.7; 6.7.8; 6.8.1; 6.8.2; 6.8.5; 6.8.7; 6.8.9
204-1	Porcentaje del gasto en lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.	Pág. 13 y 16 Hablamos de nacionales como sinónimo de locales		6.4.3; 6.6.6; 6.8.1; 6.8.2; 6.8.7
301-1	Materiales por peso o volumen.	En el reporte se publican las materias primas utilizadas y cuáles de ellas son de origen reciclado. Pág. 66 En el capítulo Guardianes del Agua se publica consumo de agua y como recurso renovable se realizan iniciativas para aumentar la reposición. Pág. 39 En el capítulo Gestión de la Energía y Protección del Clima se publica la energía renovable utilizada. Pág. 48		6.5.4
301-2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados.	Pág. 66 Empaques Sustentables. Se utiliza el material reciclado: 12% para botellas plásticas, el 4% para botellas de vidrio y 26% para cajas plásticas.		6.5.4
302-1	Consumo energético interno.	Pág. 51 La calefacción y refrigeración están incluidos en el valor de consumo eléctrico.		6.5.4
302-2	Consumo energético externo.	Pág. 60. Consumo de energía eléctrica proveniente de fuentes que no son propiedad de Coca-Cola Andina: 736.418.708 MJ. Energía consumida por unidades de transporte externo: 851.479.488 MJ		
302-3	Intensidad energética.	Pág. 44 y 51 El ratio reportado EUR (Energy Use Ratio) es por requisito de Coca-Cola Company la suma de las energías utilizadas en las plantas embotelladoras (MJ) dividido los litros producidos.		6.5.4
302-4	Reducción del consumo energético.	Pág. 47-50		

Identificación	Detalle	N° de Página / Respuesta	Omisiones	ISO 26000 Cláusulas vinculadas
302-5	Reducción de los requisitos energéticos de los productos y servicios.	Pág. 51 El consumo total de energía disminuyó un 8% atribuido a la incorporación de nuevas tecnologías, logrando mantener la producción (la cual disminuyó solo un 4%). Por otro lado, cabe mencionar que ampliar el portafolio de productos y empaques nuevos traen aparejados mayores puestas a punto y por consiguiente mayor consumo de energía. Por lo que destacamos que, a pesar que no hemos crecido en volumen, supimos adecuarnos a las necesidades de los consumidores sin impactar significativamente a los consumos energéticos.		6.5.4; 6.5.5
303-1	Captación de agua según la fuente.	Pág. 39. Los métodos de cálculo y registro son estándares de Coca-Cola Company para todos los embotelladores.(EOSH Performance Measurements y Water Resource Sustainability)		6.5.4
303-2	Fuentes que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	Pág. 39-42 Siguiendo la política de The Coca-Cola Company se llevan a cabo acciones para reponer a la naturaleza el agua utilizada (replenish). La información sobre estos programas se encuentra en el capítulo Guardianes del Agua.		6.5.4
303-3	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	Pág. 39 Sólo existen casos de reuso en equipos de lavado (ej. lavadoras de botellas) donde se recupera agua de los enjuagues finales. Esto mejora el ratio WUR pero no contamos con un medidor en el 100% de las máquinas para conocer el ahorro específico de esta acción. El agua utilizada o captada por precipitaciones se trata y se entrega apta para la vida animal. Existen cisternas de agua de lluvia para prevención de incendios.		6.5.4
305-1	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1)	Pág. 52		6.5.5
305-2	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2)	Pág. 52		
305-3	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3)	Pág. 52 Alcance 3, Emisiones de flota de terceros: 109.549.904 Kg CO2 eq. distribuidos por país de la siguiente manera: Argentina 56%, Brasil 0%, Chile 26%, Paraguay 18%.		
305-4	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero.	Pág. 52. El ratio Alcance 1,2 y 3 para Embotelladora Andina es de 60,52 gr CO2 eq/litro de bebida producida.		6.5.5
305-5	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.	Pág. 47-50 Las reducciones en los procesos de planta, las mejoras en flotas y modernización de instalaciones dieron una reducción de 19.960 tn de CO2 eq.		6.5-5
305-6	Emisiones de sustancias que agotan el ozono.	Pág. 48 y 49 Se utilizan en los equipos de frío gases refrigerantes, principalmente CO2 y HCFC-22.		
305-7	NOX, SOX, y otras emisiones atmosféricas significativas.	Los gases reportados a continuación son los utilizados por los equipos de frío. Los cuales se recambian según necesidad y se disponen según la legislación de cada país. Argentina: HFC 134 A: 707,42 kg Brasil: R-134A: 827 kg; R-404: 21 kg; R-438A: 34 kg; R-410A : 389 kg, MO99: 24 kg; R-404A: 368 kg Chile: HCFC-22: 78 kg; HFC 134 A: 26 kg Paraguay: HFC 134 A: 1266 kg NOX: no se miden SOX: no se miden		
306-1	Vertido total de aguas, según su naturaleza y destino.	Pág. 39 y 43. Los parámetros de salida responden a los requerimientos de Coca-Cola Company en su documento de Waste Water Quality. La entrega es calidad apta para la vida animal con fish habitat al final del proceso.		6.5.3; 6.5.4

Identificación	Detalle	N° de Página / Respuesta	Omisiones	ISO 26000 Cláusulas vinculadas
306-2	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	Pág. 58, 65 y 66 El 84% de los residuos son reciclados (valor Andina global). Nos referimos a reciclables cuando se procesan para volver a utilizar y también entran en este criterio residuos orgánicos que se destinan a compostaje como residuos peligrosos que se destinan como recuperación energética en hornos de industrias cementeras. El 3% son residuos peligrosos que tienen un tratamiento acorde a la legislación de cada país (por ejemplo, celdas de seguridad). El 16% son residuos generales que van a enterramientos sanitarios.		6.5.3
306-3	Número y volumen totales de los derrames accidentales más significativos.	No hubo derrames significativos en el período		6.5.3
306-4	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos en virtud de los anexos I, II, III y VIII del Convenio de Basilea y porcentaje de residuos transportados internacionalmente	El 100% de los residuos peligrosos son tratados por terceros dentro de los países donde se originan.	No aplica.	
306-5	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de las masas de agua y los hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos y escorrentía procedentes de la organización.	El 100% de los efluentes de la compañía son tratados, por lo que no hay impactos significativos sobre los recursos hídricos. Se gestiona a través del requerimiento de Coca-Cola Company Source Water Vulnerability Assessment (SVA)		6.5.3; 6.5.4; 6.5.6
301-3	Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje que se regeneran al final de su vida útil, desglosado por categoría	Pág.30 y 58 El 38,5% (global compañía) de los productos vendidos se regeneran al final de su vida útil por la propia Compañía. El 100% de los cajones (empaquete secundario) se regeneran al final de su vida útil por la propia Compañía. Apoyamos iniciativas ambientales y sociales para incentivar el recupero de los empaques que aun no poseen circuitos formales de recuperación.		6.5.3; 6.5.4; 6.7.5
307-1	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental	No se han producido multas significativas ni sanciones por incumplimiento de legislación y/o normativa ambiental.		4.6
308-1	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales	Pág 82-84 Todos los proveedores deben cumplir con los estándares y requisitos del sistema Coca-Cola, y de los Principios Rectores para Proveedores.		6.3.5; 6.6.6; 7.3.1
308-2	Impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas al respecto.	Pág.16; 49 y 82-84 Se trabaja con los proveedores críticos y en impactos significativos en la cadena: Upstream: se realizan iniciativas con proveedores de empaques primarios y secundarios para reducir su gramaje. También para reutilizar el scrap industrial de las plantas para elaborar nuevos empaques, garantizando calidad de residuos y gestionando con partners la transformación de los mismos. Con el fin de reducir el impacto de generación de residuos. Downstream: se realizan iniciativas con proveedores de equipos de frío para colocar en los clientes equipos más eficientes y con los proveedores de distribución para hacer más eficientes las rutas de entrega, buscando reducir el consumo de combustible y huella de carbono. Se impulsan iniciativas comerciales orientadas a mayor porcentaje de ventas en botellas retornables, para reducir uso de insumos.		
103-2	Número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación	Denuncias recibidas a través del canal Ethics Point: 52, las cuales fueron revisadas, tratadas y cerradas. Dos de ellas se relacionan a temas de Medio ambiente y Seguridad y salud ocupacional.		6.3.6

Identificación	Detalle	N° de Página / Respuesta	Omisiones	ISO 26000 Cláusulas vinculadas
401-1	Número total y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región	Pág. 70 Las nuevas contrataciones para toda la compañía fueron de 2.135 colaboradores con contrato permanente. La rotación es un indicador de desempeño de cada operación: Argentina: 0,51% Brasil: 2,14% Chile: 18,00% Paraguay: 0,40%		6.4.3
401-2	Prestaciones sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad	Se otorgan los mismos beneficios independientemente de la extensión de la jornada laboral, en todos los sitios significativos de la actividad.		6.4.8; 6.8.7
401-3	Índices de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo	Pág. 72		6.4.4
402-1	Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de éstos en los convenios colectivos	Como disposición general, el número mínimo de preaviso es de 30 días en todas las regiones.		6.4.4; 6.4.5
403-1	Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral	Pág. 74 El programa de seguridad basado en el comportamiento es requerimiento The Coca-Cola Company, el cual exige la conformación de comités donde el 100% de los colaboradores estén representados.		6.4.6
403-2	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo	Pág. 74 Cada gerencia de seguridad tiene su procedimiento de gestión y comunicación de accidentes como así también programas para la prevención. Estos procedimientos responden al Programa de Seguridad Basada en Comportamiento exigido por Coca-Cola Company y a la norma OHSAS 18001.		6.4.6; 6.8.8
403-3	Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad	Andina cuenta con un detallado análisis por tipo de trabajador y puesto desempeñado, referido a los riesgos a los que pueden verse sometidos (por ej. sordera profesional, posibles enfermedades musculo esqueléticas, enfermedades respiratorias). Para cada tipo de riesgo se cuenta con medidas de mitigación específicas. Estas medidas comprenden adecuaciones de equipos e instalaciones para cumplir con los estándares establecidos, la entrega de equipos de protección personal (EPP) adecuados a cada tipo de riesgo, capacitación respecto a la importancia de su utilización y medidas de seguimiento a los fines de verificar su uso. También, se realizan controles médicos anuales o periódicos a los fines de realizar seguimiento y control de los riesgos identificados.		
403-4	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos	Pág. 74 El funcionamiento de los comités se define en el Programa de Seguridad Basada en Comportamiento.		6.4.6
404-1	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral	Pág. 76		6.4.7
404-2	Programas de gestión de habilidades y formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales	Pág. 71 y 73		6.4.7; 6.8.5
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional	Pág. 70		6.4.7

Identificación	Detalle	N° de Página / Respuesta	Omisiones	ISO 26000 Cláusulas vinculadas
405-1	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad	Memoria Anual 2017. Pág.18 20F Pág.83 a 86: Composición del Directorio y Principales Ejecutivos (Sexo y Edad) y Competencia y Experiencia. http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/2017%2020F%20ES.pdf		6.2.3; 6.3.7; 6.3.10; 6.4.3
405-2	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional y por ubicaciones significativas de actividad	Memoria Anual 2017. Pág. 63 Ejecutivas vs Ejecutivos: 68,8% Trabajadoras vs Trabajadores: 114,9%		6.3.7; 6.3.10; 6.4.3; 6.4.4
414-1	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales	Pág. 83 Todos los proveedores deben cumplir con los estándares y requisitos del sistema Coca-Cola, y de los Principios Rectores para Proveedores.		6.3.5; 6.4.3; 6.6.6; 7.3.1
414-2	Impactos significativos, reales y potenciales, de las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto	Las evaluaciones de nuevos proveedores y las evaluaciones periódicas que se realizan por el sistema KORE (requerimientos del Sistema Coca-Cola) buscan minimizar los impactos potenciales que pudieran surgir por el no respeto de derechos fundamentales tales como la libertad de asociación, el trabajo infantil o trabajo forzado.		6.3.5; 6.4.3; 6.6.6; 7.3.1
103-2	Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación	Denuncias recibidas a través del canal Ethics Point: 52, las cuales fueron revisadas, tratadas y cerradas. 21 de ellas se relacionan a temas de Acoso Laboral y Violación de políticas.		
412-3	Número y porcentaje de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyen cláusulas de derechos humanos o que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	Pág. 84 Todos los proveedores deben cumplir con los estándares y requisitos del sistema Coca Cola, y de los Principios Rectores para Proveedores.		6.3.3; 6.3.5; 6.6.6
412-2	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluido el porcentaje de empleados capacitados.	Pág. 71 y 76		6.3.5
406-1	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas	No se han producido casos de reclamaciones por discriminación en el periodo.		6.3.6; 6.3.7; 6.3.10; 6.4.3
407-1	Identificación de centros y proveedores en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos	Pág. 84 Todos los proveedores deben cumplir con los estándares y requisitos del Sistema Coca-Cola y de los principios Rectores para Proveedores.		6.3.3; 6.3.4; 6.3.5; 6.3.8; 6.3.10; 6.4.5; 6.6.6
408-1	Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil	Pág. 84 La prohibición de la contratación de menores de 18 años está incorporada en las normas del Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad, así como en el reglamento de los contratistas. Todos los proveedores deben cumplir con los estándares y requisitos del Sistema Coca-Cola y de los Principios Rectores para Proveedores.		6.3.3; 6.3.4; 6.3.5; 6.3.7; 6.3.10; 6.6.6; 6.8.4
409-1	Centros y proveedores significativos con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso	Pág. 83-84 Todos los proveedores deben cumplir con los estándares y requisitos del Sistema Coca-Cola y de los Principios Rectores para Proveedores. Se realizan verificaciones y auditorías aleatorias para detectar posibles episodios. Adicionalmente, se dispone del Canal de Denuncias Anónimas para recibir reclamaciones.		6.3.3; 6.3.4; 6.3.5; 6.3.10; 6.6.6
410-1	Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o los procedimientos de la organización en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones	Pág. 71 y 76 No hubo capacitaciones a personal de seguridad	No disponible para el periodo.	

Identificación	Detalle	N° de Página / Respuesta	Omisiones	ISO 26000 Cláusulas vinculadas
412-1	Número y porcentaje de centros que han sido objeto de exámenes o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	La organización informante debe presentar la siguiente información: El 100% de las plantas embotelladoras son evaluadas en derechos humanos periódicamente por terceros que contrata The Coca-Cola Company. a. 6.907 horas (ética y código de conducta). Se desarrollo un e-learning de políticas donde se llaga a capacitar a personas de todos los países, en la pág 71. b. 14% de los empleados recibieron las capacitaciones. La organización informante debe presentar la siguiente información: a. Todas las materias primas tienen auditorias en principios rectores por The Coca-Cola Company.		
414-1	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos	Pág. 83 Todos los proveedores deben cumplir con los requisitos y estándares del sistema Coca-Cola y de los Principios Rectores para Proveedores.		6.3.3; 6.3.4; 6.3.5; 6.6.6
414-2	Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales en la cadena de suministro, y medidas adoptadas.	Pág. 83 Las evaluaciones de nuevos proveedores y las evaluaciones periódicas que se realizan por los estándares de The Coca-Cola Company buscan minimizar los impactos potenciales que pudieran surgir por el no respeto de derechos fundamentales tales como la libertad de asociación, el trabajo infantil o trabajo forzado.		6.3.3; 6.3.4; 6.3.5; 6.6.6
103-2	Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	No se han producido reclamaciones sobre derechos humanos en el periodo.		6.3.6
413-1	Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	Pág. 78-81; 85; 86-91 La relación con la comunidad se gestiona desde los responsables de sustentabilidad y relaciones intitucionales, siempre alineados a Coca-Cola Company y definiciones de sus áreas de Public Affairs. Ver Casos destacados donde se resumen las principales acciones e iniciativas en la comunidad.		6.3.9; 6.5.1; 6.5.2; 6.5.3; 6.8
413-2	Centros de operaciones con efectos negativos significativos, posibles o reales, sobre las comunidades locales.	No se ha determinado que existan efectos negativos significativos en las comunidades locales donde tenemos operaciones.		
205-1	Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados.	Ver Memoria Anual 2017 Pág. 42 2oF Pág. 72 http://www.koandina.com/uploads/reportes_financieros/MA%202017%20ES%20VF.pdf		6.6.1; 6.6.2; 6.6.3
205-2	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	Durante el 2016 y 2017 se realizaron e-learning de la Política Corporativa de Prevención de Delitos Ley N° 20.393 Pág. 71 Ver Memoria Anual 2017. Pág. 16 y 42		6.6.1; 6.6.2; 6.6.3; 6.6.6
205-3	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	Las denuncias recibidas a través del canal Ethics Point: 52, las cuales fueron revisadas, tratadas y cerradas. 6 de ellas se relacionan a temas de Corrupción.		6.6.1; 6.6.2; 6.6.3
415-1	Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario	Nuestro Manual de Conducta (Código de Ética) establece que, como regla general, no se utilizarán fondos o activos incluyendo objetos de valor o servicios de los empleados de la compañía para hacer contribuciones políticas. Las contribuciones políticas solo son aceptadas siempre y cuando cuenten con aprobación expresa del Directorio y en conformidad con la ley local. Cada contribución política será registrada en los Registros de Contabilidad como contribución política.		
206-1	Número de demandas legales por causas relacionadas con prácticas monopólicas y contra la libre competencia, y resultados de las mismas.	No se han registrado en el periodo.		6.6.1; 6.6.2; 6.6.5; 6.6.7

Identificación	Detalle	N° de Página / Respuesta	Omisiones	ISO 26000 Cláusulas vinculadas
419-1	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa	Pág. 14		4.6
416-1	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.	Pág. 29-32 y 34		6.3.9; 6.5.1; 6.5.2; 6.5.3; 6.8
416-2	Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes	No se han producido incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad en el periodo. El área de calidad e inocuidad tiene como objetivo garantizar la seguridad de los alimentos que producimos, gestionando a través de la identificación, prevención, evaluación y control de los procesos hasta el consumidor final.		6.3.9; 6.5.3; 6.8
417-1	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos	Pág.30; 35 y 56 La Compañía pone a disposición información nutricional en las etiquetas de los productos que comercializa, como así también trabaja proactivamente con las entidades para incorporar información al respecto (ej: Ley de etiquetado). También, en productos como Bonaqua, se explicita el origen de la fuente de agua. Respecto a los empaques, indicamos si el envase es retornable o reciclable. En caso que la botella sea EcoFlex también se hace explícito en la etiqueta. La compañía implementa el programa llamado Embajadores con el fin de capacitar a los colaboradores sobre hidratación, ingredientes y endulzantes para que puedan responder cuando sus círculos sociales consultan al respecto. Coca-Cola Company publica periódicamente informes a través del Instituto de Bebidas para la Salud y el Bienestar (IBSB), por ejemplo el libro Hidratación, que brinda fundamentos para las diferentes etapas de la vida, que está dirigido a profesionales de la salud con el fin de divulgar la importancia de una hidratación adecuada en las personas a lo largo de su vida. (http://www.coca-colamexico.com.mx/sala-de-prensa/Comunicados/instituto-de-bebidas-para-la-salud-y-el-bienestar-publica-libro-sobre-la-importancia-de-la-hidratacion-en-las-diferentes-etapas-de-la-vida)		6.7.1
417-2	Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes	No hemos tenido incidentes significativos relacionados con este tipo de incumplimiento.		6.6.1; 6.6.2; 6.6.3; 6.6.6
102-43 102-44	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes	Pág. 33 Las áreas de Servicio al Cliente analizan los resultados y promueven iniciativas que responden a las oportunidades / debilidades detectadas. La satisfacción se mide cada dos años con un proveedor externo, de manera presencial con una encuesta. Se miden 9 factores relacionados al servicio al cliente: Vendedor, Entrega, Apoyo Comercial, Facturación, Servicio Técnico de Equipos de Frío, Atención Telefónica, Rentabilidad, Calidad y Oferta de variedad de productos, cada factor con sus atributos. Las evaluaciones son de 1 a 10: arriba de 7 se considera satisfecho, de 1 a 4 insatisfecho, 5 y 6 no se considera, el índice es la diferencia del % de los satisfechos, menos el % de los insatisfechos. Para la gestión se desglosa por región, locación, canal y tamaño. La comparación es con las principales empresas competidoras y versus resultados de años anteriores. También mensualmente se realizan encuestas telefónicas más acotadas desde nuestro contact center, se miden algunos atributos y se comparan versus los meses anteriores.		
102-2	Venta de productos prohibidos o en litigio	No aplica.		

Identificación	Detalle	N° de Página / Respuesta	Omisiones	ISO 26000 Cláusulas vinculadas
417-3	Número de casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, tales como la publicidad, la promoción y el patrocinio, desglosados en función del tipo de resultado.	No se han producido casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia en el periodo.		4.6
418-1	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	No se han producido reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes en el periodo.		6.7.1; 6.7.2; 6.7.7
419-1	Valor monetario de las multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios.	No hemos tenido incidentes significativos relacionados a este tipo de incumplimiento.		4.6

Carta de Verificación



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

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

Informe de Verificación Limitada e Independiente del Reporte de Sostenibilidad de Coca Cola Andina S.A. 2017.

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

Alcance

Hemos efectuado una verificación limitada e independiente de los contenidos de información y datos presentados en el Reporte de Sostenibilidad 2017 de Coca Cola Andina S.A.

La preparación de dicho Reporte es responsabilidad de la Administración de Coca Cola Andina S.A. Asimismo, también es responsable de la información, las afirmaciones, los contenidos y la definición del alcance del Reporte, así como también, de la gestión y control de los sistemas de información que soportan y proporcionan los datos reportados.

Estándares y procedimientos de verificación

Nuestra revisión fue efectuada de acuerdo a la norma de verificación internacional para auditorías de información no financiera ISAE 3000, establecida por el International Auditing and Assurance Board de la International Federation of Accountants y la Guía para la elaboración de Reportes de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI) en su última versión Standards.

Nuestros procedimientos fueron diseñados con el objeto de:

- ▶ Verificar que la información y los datos presentados en el Reporte de Sostenibilidad de Coca Cola Andina estén debidamente respaldados por evidencia documental.
- ▶ Determinar que Coca Cola Andina S.A. haya elaborado su Reporte de Sostenibilidad 2017 conforme a los indicadores de desempeño y los principios de la Guía GRI en su versión Standards.
- ▶ Confirmar el nivel de aplicación declarado por Coca Cola Andina S.A. a su Reporte de Sostenibilidad 2017, según lo que indica la guía GRI en su versión Standards.

Procedimientos realizados

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

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

Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad se limita exclusivamente a los procedimientos mencionados en el párrafo anterior, los que corresponden a una verificación de alcance limitado, la cual sirve de base para nuestras conclusiones.

No aplicamos procedimientos de verificación extendidos, cuyo objetivo es expresar una opinión de verificación externa sobre Reporte. En consecuencia, no expresamos opinión.

Conclusiones

Sujetos a las limitaciones del alcance, señaladas anteriormente, y basados en nuestro trabajo de verificación limitada e independiente del Reporte de Sostenibilidad 2017 de Coca Cola Andina S.A., concluimos que: no ha llegado a nuestro conocimiento ningún aspecto que nos haga pensar que:

- ▶ La información y los datos publicados en el Reporte de Sostenibilidad 2017 de Coca Cola Andina S.A. no están presentados de forma correcta.
- ▶ El Reporte 2017 de Coca Cola Andina S.A. no haya sido elaborado en conformidad con la versión Standards de la guía para la elaboración de Reportes de Sostenibilidad de GRI.
- ▶ La opción "Exhaustiva" declarada por Coca Cola Andina S.A. no cumpla con los requisitos para tal nivel, de acuerdo a lo establecido en la guía de aplicación GRI en su versión Standards.

Recomendaciones de mejora

Sin que incidan en nuestras conclusiones y con base en el alcance limitado de la verificación; hemos detectado ciertas oportunidades de mejora, las cuales se detallan en un informe de recomendaciones separado y presentado a la Administración de Coca Cola Andina S.A.

Saludamos atentamente a usted,

EY Consulting SpA.


Eduardo Valente Nejo
Socio-Lider PI, Advisory

19 de marzo de 2018

I-00446/18

NCO/Inv
60240688