



Rubén Darío 115
Col. Bosque de Chapultepec
11580 México, D.F.

Esperamos tus comentarios en:
(01-55) 5262-2000
(01-800) 704-4400

www.sustentabilidadcoca-cola.com.mx
www.coca-colamexico.com.mx
www.fundacioncoca-cola.com.mx
www.viviendopositivamente.com.mx

Marcando una diferencia positiva

Industria Mexicana de Coca-Cola

Informe de Sustentabilidad 2010

Marcando una diferencia positiva

Informe de Sustentabilidad 2010



Industria Mexicana de Coca-Cola



Beneficios de Nuestras Bebidas

En Coca-Cola nos esforzamos por mantener la confianza de nuestros consumidores, ofreciendo bebidas de la más alta calidad para cada estilo de vida y ocasión que les brinden experiencias positivas.

En México, el portafolio de la Compañía se integra por más de 64 marcas, supera las 400 presentaciones, y el 40% de nuestras marcas son bajas o sin calorías.

En Coca-Cola buscamos ir mucho más allá de saciar la sed. Sabemos que los gustos y necesidades de los consumidores cambian constantemente; por eso, continuamos innovando para ofrecer bebidas que se adapten a cada estilo de vida y momento de consumo. El mejor ejemplo es nuestro portafolio, integrado por más de 400 presentaciones, que se ha duplicado en los últimos 5 años y que, a la fecha, sigue creciendo. De esta forma, buscamos satisfacer las diferentes necesidades de hidratación de nuestros consumidores.

Además, para asegurar la excelencia de nuestros productos, hemos creado el Instituto de Bebidas para la Salud y el Bienestar de Coca-Cola, que tiene como objetivo difundir investigaciones y estudios sobre hidratación, nutrición y salud y compartirlos entre nuestros grupos de interés.

Mercadotecnia Responsable

Contamos con una Política de Mercadotecnia Responsable, aplicable a todas nuestras bebidas e inspirada en el respeto a los derechos de padres y tutores de escoger lo que los niños consumen. Consecuentes con esta política, no anunciamos nuestros productos en programas infantiles, ni dirigimos mensajes publicitarios de ninguna de nuestras marcas a niños menores de doce años.

Basados en nuestra Política de Mercadotecnia Responsable no ofrecemos proactivamente nuestros productos en escuelas primarias ni dirigimos publicidad a niños menores de 12 años.

Además contamos con lineamientos propios de Venta de Bebidas en Escuelas, anunciados el 8 de marzo de 2010 e inspirados en esta política, entre los cuales se encuentran:

- No ofrecemos a la venta ninguna de las bebidas de nuestro portafolio en escuelas primarias, salvo que nos las soliciten las autoridades escolares, padres o tutores.
- Respetamos los derechos de los padres y tutores de escoger lo que consumen sus hijos y no dirigimos mensajes publicitarios de ninguna de nuestras marcas a niños menores de doce años.
- Ofrecemos versiones reducidas de nuestros productos, que dan a los consumidores más opciones para mantenerse hidratados y saludables.
- En escuelas secundarias ofrecemos las bebidas autorizadas.

La completa implementación a nivel mundial de estos lineamientos está prevista para fines de 2013 (para garantizar el cumplimiento de obligaciones contractuales).

Promovimos la iniciativa del Código para la autorregulación de Publicidad de Alimentos y Bebidas no Alcohólicas dirigida al Público Infantil (Código PABI), el cual estipula que la publicidad para menores de 12 años deberá ser orientadora y educativa. Además, promoverá valores sociales positivos como familia, escuela, amistad, respeto a las personas y al ambiente, y un estilo de vida activo como pilares de una vida saludable.

Guías Diarias de Alimentación (GDA's)

Creemos en la libertad de las personas para decidir lo que consumen. Por eso, les proporcionamos la información nutrimental necesaria, para que tomen la elección que mejor se adapte a su estilo de vida.

En 2009 incorporamos de manera voluntaria información nutrimental en el etiquetado de nuestros productos (GDA's).

¿Qué son?

Las Guías Diarias de Alimentación (GDA's) son gráficas muy sencillas que nos informan el contenido de calorías, azúcares, grasas y sodio de cada bebida, así como el porcentaje de consumo recomendado en una dieta de 2,000 calorías diarias. De esta manera, mantenemos al consumidor informado y le damos la opción de decidir libremente por la bebida que cubra sus necesidades. En 2009 fuimos la primera empresa de bebidas en incorporar este sistema de etiquetado y, para 2011, todos nuestros productos contarán con GDA's en su empaque.

