



Entrevista con
John Santa Maria Otazua,
Director General de Coca-Cola FEMSA
y **Francisco Suárez Hernández,**
Director de Asuntos Corporativos

Por Klaus Gérman Phinder

Coca-Cola FEMSA es el embotellador y comercializador de bebidas más grande del mundo, tiene el privilegio de servir a más 358 millones de consumidores alrededor del mundo a través de 2.8 millones de puntos de venta. Opera en 10 países en Latinoamérica y el sureste asiático con más de 100,000 colaboradores a nivel global.

GANAR-GANAR

Revista Especializada en Responsabilidad Social Corporativa

Primero quisiera preguntarles personal y profesionalmente, ¿cuál ha sido su desarrollo y trayectoria dentro de las diversas empresas de la Industria Coca-Cola hasta asumir el cargo de CEO y Director de Asuntos Corporativos de Coca-Cola FEMSA?

John Santa Maria

Comencé mi carrera profesional en 1979 y después de trabajar cerca de 16 años en firmas de consultoría y en la industria de consumo, en 1995, entré a Coca-Cola FEMSA como Director de Operaciones para México, cinco años más tarde en el 2000 asumí el puesto de Director de Planeación Estratégica, Desarrollo Comercial y de Negocios durante 3 años. En 2003 tuvimos la importante oportunidad de crecimiento regional en Latinoamérica al adquirir Panamerican Beverages Inc. (Panamco). Entre 2003 y 2008, regresé como Director de Operaciones de México a una operación que había duplicado su tamaño después de la adquisición. Entre 2009 y 2011 estuve a cargo de la Dirección de Planeación Estratégica, Desarrollo Comercial y de Negocios donde desarrollamos la estrategia comercial de segmentación actual de la compañía. Durante este tiempo y en sociedad con The Coca-Cola Company adquirimos Jugos del Valle en México y Estrella Azul, la marca líder de lácteos en Panamá. Posteriormente, entre 2011 y 2013 estuve a cargo de la División Sudamérica como responsable de las operaciones de Argentina, Brasil, Colombia y Venezuela, y fue en este periodo donde tuve la oportunidad de liderar la adquisición de dos franquicias embotelladoras del Sistema Coca-Cola en Brasil, Compañía Fluminense de Refrigerantes (CIAFLU) y Spaipa S.A.

A partir del 1ro de enero de 2014 tengo el privilegio de servir como CEO de Coca-Cola FEMSA, una tarea que me llena de orgullo y me motiva diariamente.

Francisco Suárez

Mi carrera en Coca-Cola FEMSA comenzó en el 2014 cuando John me invitó a formar parte del Equipo Directivo de KOF como Director de Asuntos Corporativos, con la responsabilidad de coordinar a nivel global las funciones de Relaciones Institucionales, Sostenibilidad y Comunicación Corporativa que integran el área. Antes de esto tuve diversos puestos dentro de la División de FEMSA Empaque. Entre 2006 y 2011 fui Gerente de la Oficina de Presidencia y Dirección General FEMSA. Posteriormente como Director de Sostenibilidad FEMSA hasta octubre de 2014, ahí lanzamos la estrategia actual de Sostenibilidad de FEMSA y a partir del último trimestre de 2014 estoy en Coca-Cola FEMSA. Recientemente, fui invitado a presidir el Consejo del World Environment Center (WEC), aportando mi experiencia en Latinoamérica.

John nos podrías decir ¿cómo se integra Coca-Cola FEMSA (KOF) en toda la cadena de valor de Industria Coca-Cola y sus diferencias con FEMSA y The Coca-Cola Company?

John Santa Maria

Coca-Cola FEMSA es el embotellador y comercializador de bebidas más grande del mundo. Vendemos el 14% del volumen total de bebidas vendidas por The Coca-Cola Company a

nivel global esto significa uno de cada ocho productos Coca-Cola. Operamos en 10 países, nueve de ellos en Latinoamérica: México, Guatemala, Nicaragua, Panamá, Costa Rica, Colombia, Venezuela, Brasil y Argentina, y a partir de enero de 2013 somos el embotellador exclusivo para Filipinas, en una *joint venture* con la compañía Coca-Cola que nos ha permitido la expansión de nuestro *footprint* al Sureste Asiático.

Tenemos el privilegio de servir a más de 358 millones de consumidores alrededor del mundo a través de 2.8 millones de puntos de venta generando 26 mil millones de transacciones al año. Tenemos 63 plantas embotelladoras y 327 centros de distribución que generan más de 100,000 empleos directos y estimamos que por el impacto de nuestra cadena de valor también contribuimos a la generación de 1.9 millones de empleos indirectos.

FEMSA, por otro lado, es una empresa que desde hace 125 años está comprometida con la generación de valor económico, social y ambiental en todos los países donde tiene operaciones. FEMSA, adicionalmente a Coca-Cola FEMSA, cuenta con dos unidades de Negocio: FEMSA Comercio (OXXO) y FEMSA Insumos Estratégicos, así como una participación del 20% en la cervecera global Heineken.

Integrado en el ADN de la compañía, la generación de valor para FEMSA ha impulsado que desde sus orígenes ha sido pionera en generar acciones que contribuyan con el Desarrollo Integral de sus colaboradores, como un ejemplo de esto podemos mencionar que fue la primera empresa en México en proporcionar servicios de salud y vivienda para sus trabajadores bajo un modelo que posteriormente dio origen en México a instituciones como el IMSS (Instituto Mexicano del Seguro Social) y el INFONAVIT (Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores); e incluso fue precursora del TEC de Monterrey. Hoy FEMSA continúa refrendado su compromiso social, a través de Fundación FEMSA invierte proactivamente en desarrollo sostenible de los recursos hídricos y el fomento de la nutrición.

¿De qué forma define Coca-Cola FEMSA a la sostenibilidad y cuál es la razón de sustento que tienen para usar este término en vez de otros que se usan en México?

John Santa Maria

En Coca-Cola FEMSA buscamos adaptarnos al constante crecimiento que tiene nuestra organización, los complejos entornos sociales y económicos de los países donde operamos y la dinámica con la que se mueve la industria de bebidas, por ello este año, hemos renovado nuestro Marco Estratégico de Negocio para continuar afianzando nuestro liderazgo en la industria y por supuesto, la sostenibilidad forma parte fundamental de nuestra estrategia.

En Coca-Cola FEMSA entendemos la sostenibilidad como la generación continua y simultánea de valor económico, social y ambiental, y la integramos como una constante dentro de nuestra compañía que guía las decisiones del negocio para obtener un crecimiento rentable en el largo plazo.

En 2015 invertimos USD \$68 millones en iniciativas para impulsar el bienestar de nuestros colaboradores, impulsar el desarrollo de nuestras comunidades y cuidar el medio ambiente.



Francisco Suárez

La Estrategia de Sostenibilidad de Coca-Cola FEMSA está basada en tres ejes: Nuestra Gente, Nuestra Comunidad y Nuestro Planeta, sustentados en la ética y valores que nos caracterizan y con la visión de transformar positivamente nuestras comunidades. Dada la complejidad social de los países donde operamos en América Latina y el Sureste Asiático, este año hemos dado continuidad al enfoque de orientar nuestras iniciativas de sostenibilidad a la mitigación de riesgos y generación de valor en temas materiales para nuestro negocio, entre los cuales destaca el cuidado del agua y la promoción de estilos de vida activa y saludable logrando resultados positivos en todos los ejes y áreas de acción de nuestra estrategia.

A través del eje de Nuestra Gente buscamos promover el desarrollo integral de nuestros colaboradores y por ello en el 2015 invertimos más de USD \$39 millones en promover bienestar, salud y capacitación de todos los colaboradores que integran a la familia Coca-Cola FEMSA.

En el eje de Nuestra Comunidad orientamos nuestros esfuerzos a contribuir a la generación de comunidades sostenibles y llevamos a cabo programas e iniciativas para fomentar un estilo de vida saludable, el desarrollo comunitario, y el cuidado del medio ambiente, beneficiando en el año 2015 a más de 550,000 personas con una inversión superior USD \$7.7 millones.

Por otra parte, estamos comprometidos con Nuestro Planeta, por eso invertimos USD \$21.3 millones en iniciativas para mitigar el impacto ambiental de nuestras operaciones, con un enfoque al uso eficiente y cuidado del agua, la reducción del consumo de energía y la disminución de emisiones de gases de efecto invernadero, así como en la optimización de nuestros procesos para disminuir los residuos generados y promover el reciclaje. En el año 2015 logramos reducir nuestro consumo absoluto de agua en 4% contra el 2010, aumentar nuestra eficiencia energética en 14%, e incorporar 14% de material reciclado y/o renovable en todos nuestros empaques de PET.

¿Cuáles son los principales programas en RSE y Sostenibilidad que tiene Coca-Cola FEMSA actualmente?

John Santa Maria

En Coca-Cola FEMSA estamos comprometidos con el cuidado del medio ambiente. Nos distinguimos por el manejo eficiente de los recursos en nuestros procesos, por la evolución constante en el uso de nuevas tecnologías para disminuir nuestro impacto ambiental, y por generar programas de formación de conciencia y cuidado ambiental en todos los niveles de nuestra cadena productiva y en las comunidades en donde operamos. Para lograr la excelencia en este ámbito nos enfocamos en tres áreas de acción: Agua, Residuos y Reciclaje, y Energía. Actualmente, en Brasil y en México devolvemos al medio ambiente más del 100% del agua que utilizamos para producir nuestras bebidas y en el resto de nuestras operaciones tenemos programas e iniciativas en conjunto con Fundación FEMSA

y The Coca-Cola Company encaminadas a cumplir con nuestro compromiso al 2020 de lograr la neutralidad en uso de agua.

En nuestros procesos productivos hemos establecido como meta aumentar nuestra eficiencia en el uso de agua hasta alcanzar 1.5 litros de agua por litro de bebida producida para 2020. En 2015 utilizamos un total de 37.5 miles de millones de litros de agua para la elaboración de bebidas, lo que representó una disminución del consumo en 4% con respecto a 2010 y un aumento del 10% en eficiencia.

Francisco Suárez

También promovemos Estilos de Vida Saludable impulsando iniciativas, proyectos y programas que fomentan una cultura de activación física, salud, deporte y auto cuidado, contribuyendo así a mejorar la calidad de vida de Nuestra Comunidad. Contamos con programas que promueven la activación física en las escuelas, la Hora de Moverse en Colombia, Costa Rica, Guatemala, Nicaragua y Panamá, que se realiza en coordinación con los Ministerios de Educación de estos países, para fomentar que los niños aumenten sus niveles de actividad física desarrollando en ellos un hábito saludable.

En términos de contribuciones directas a nuestras comunidades desarrollamos programas o iniciativas puntuales de acuerdo a cada uno de los países donde operamos y buscamos contribuir con las autoridades para sumar al bienestar social, por ejemplo en Argentina apoyamos en la construcción de drenaje para la recuperación de parques en Villa Zavaleta, en Brasil realizamos Plaza de la Ciudadanía en conjunto con ONG, Organizaciones de la Sociedad Civil, dependencias de gobierno local y el voluntariado de nuestros colaboradores para brindar servicios de salud, legales, culturales, deportivos y educativos a las comunidades inmediatas a nuestras plantas.

En Colombia apoyamos el proceso de Paz y Reconciliación a través de programas que han contribuido a la reintegración social de más de 2,000 personas afectadas por el conflicto armado. Coca-Cola FEMSA fue la primer empresa en apoyar al gobierno Colombiano, de hecho, uno de los primeros colaboradores que participó en "Aportando Tiempo" fue víctima directa del conflicto y formar parte de este programa

de voluntariado fue una muestra personal de perdón, confirmando la gran necesidad y anhelo social de construir una sociedad colombiana basada en la paz.

Con historias como la de Álvaro Pérez, un excombatiente, que elaboraba los uniformes para la guerrilla y ahora tiene un taller textil a través del cual brinda empleo y es proveedor de Coca-Cola FEMSA en Colombia, se demuestra la contribución social de este programa que desde 2012 forma parte de los casos de estudios de Responsabilidad Social en la Escuela de Negocios de Harvard.

También hemos apoyado a la recuperación en casos de desastres naturales. Filipinas sufrió daños materiales y humanos a causa del tifón *Yolanda* hace tres años y apoyamos con coordinación de acciones de rescate y asistencia a los afectados, además de la reconstrucción de la Planta que hoy sigue siendo fuente de empleo para la comunidad de Tacloban, una de las más afectadas.

¿Desde hace cuánto tiempo que KOF reporta bajo el GRI (Global Reporting Initiative) con su Informe regional y qué reconocimientos han recibido por esta labor de transparencia y rendición de cuentas?

John Santa Maria

Llevamos 8 años trabajando con la metodología GRI. Desde nuestro primer Informe de Sostenibilidad, en el 2008, hemos realizado nuestros reportes alineados a la metodología del Global Reporting Initiative, siendo en las dos últimas ediciones (2014 y 2015) que evolucionamos hacia la versión G4 de la metodología.

Sobre las distinciones, destaca nuestra participación por tercer año consecutivo en el Índice de Mercados Emergentes del Dow Jones Sustainability Index y la inclusión de Coca-Cola FEMSA como la primera y única empresa mexicana en el Anuario de Sostenibilidad 2015 de RobecoSAM, organismo que también nos reconoció como Industry Mover 2015. También, desde hace 5 años somos parte del Índice de Sustentabilidad y Responsabilidad Social de la Bolsa Mexicana de Valores. Estos reconocimientos nos retan y nos motivan a continuar con nuestro compromiso de generar valor económico, social y ambiental de manera simultánea.

Para finalizar, nos podrían describir ¿cuáles son los siguientes pasos en la Estrategia de Sostenibilidad de Coca-Cola FEMSA?

John Santa Maria

Continuamos trabajando en las metas que tenemos para el 2020, con iniciativas que generen valor al negocio y a las comunidades donde operamos. Continuaremos evolucionando para capturar las olas de crecimiento siendo una compañía cada vez más ágil y eficiente, y sobre todo estar siempre anticipando las tendencias y cambios del mercado para capturar oportunidades de negocio. Todo esto con los modelos de negocio innovadores y con los mejores colaboradores del mundo.

Como parte de nuestras metas en sostenibilidad está el continuar con cuidado del recurso hídrico para hacer más eficiente el uso de agua que sirve para la elaboración de bebidas. Hoy utilizamos 1.77 litros de agua por litro de bebida y para el 2020 buscamos llegar a 1.5. Continuaremos con acciones de conservación y reabastecimiento para garantizar que en todos los mercados donde operamos podemos cumplir la meta de regresar al medio ambiente el 100% de agua.

Adicionalmente y como parte de nuestro compromiso con el cambio climático, tenemos la meta de operar con 85% de energía renovable en México hoy estamos al 30% gracias al consumo de energía eólica y estamos concretando acciones para alcanzar nuestra meta. En materia de reciclaje tenemos la meta de integrar 25% de material reciclado o renovable en nuestros empaques de PET para el 2020 y reciclar al menos el 90% de los residuos generados en nuestras plantas, al cierre de 2015 el 78% de nuestras plantas a nivel global ya ha alcanzado este objetivo.

Francisco Suárez

Continuaremos impulsando la contribución a nuestras comunidades a través de fomentar trabajo voluntario social de nuestros colaboradores, nuestra meta al 2020 es sumar un millón de horas de voluntariado. La promoción de estilos de vida saludable es otra de nuestras prioridades y buscaremos beneficiar a través de nuestros programas a más de 5 millones de personas, hoy hemos beneficiado a más de 2.5 millones en los últimos cinco años.

Vamos a continuar fortaleciendo alianzas con distintas organizaciones para asegurar la alineación de nuestras iniciativas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, un ejemplo de esto es el trabajo que realizamos en conjunto con el World Environment Center, donde buscamos generar colaboraciones entre empresas, gobierno y sociedad civil a nivel internacional con un especial foco en Latinoamérica y sentido de negocio con compromiso social y ambiental. ●

