

ELEMENTOS DE UN CÓDIGO DE ÉTICA

1. DESARROLLO Y ADOPCIÓN DE UN CÓDIGO ÉTICO QUE RECOJA LOS VALORES O PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN FUNDAMENTALES QUE DEBEN REGIR EL COMPORTAMIENTO DE LOS MIEMBROS DE LA PROFESIÓN.
2. ÓRGANO RESPONSABLE DE LA TUTELA DEL CUMPLIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS RECOGIDOS EN EL CÓDIGO.
3. DESARROLLO Y APLICACIÓN DE UN RÉGIMEN SANCIONADOR APLICABLE EN LAS SITUACIONES DE VIOLACIÓN O INCUMPLIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS ÉTICOS.
4. PROGRAMAS DE FORMACIÓN Y DIFUSIÓN DEL CÓDIGO ÉTICO COMO HERRAMIENTAS ESENCIALES PARA EL MANTENIMIENTO, TANTO EN EL CONJUNTO DE PROFESIONALES COMO EN LA OPINIÓN PÚBLICA, DE LOS PRINCIPIOS ÉTICOS.

*Código
De etica*

cocacola



CÓDIGO DE ÉTICA

I. ANTECEDENTES

1. El apego a principios éticos habla de un sentido de respeto, honestidad e integridad, valores imprescindibles para el desempeño armonioso del trabajo.
2. Estos valores constituyen una parte esencial de nuestra cultura corporativa y son una pieza fundamental en la vida de nuestras empresas.
3. Estos valores son parte de nuestra cultura organizacional y de nuestro quehacer diario, por lo que es necesario formalizarlos y establecer un marco de referencia común que unifique los criterios y oriente de todas las personas que integramos Coca-Cola FEMSA.
4. Coca-Cola FEMSA opera bajo la premisa fundamental de que se rige por leyes y ordenamientos cuya observancia y cumplimiento es indispensable para existir y funcionar óptimamente en su entorno social.
5. Este código parte del hecho de que en la mayoría de las veces la acción correcta es clara, independientemente de que esté o no incorporada a un código.
6. El Consejo de Administración de Coca-Cola FEMSA, en atención a las anteriores consideraciones, ha aprobado y autorizado la expedición de este Código de Ética de Negocios.

II. OBJETIVOS

1. Dar a conocer a los consejeros, directivos obligaciones de carácter ético hacia Coca-Cola FEMSA, inversionistas, clientes, acreedores, proveedores, competidores, autoridades, medio ambiente y comunidad.
2. Establecer criterios básicos para normar el comportamiento ético de todas las personas que elaboran Coca-Cola FEMSA.
3. Compartir nuestros valores éticos con las personas interesadas en conocer Coca-Cola FEMSA.
4. Señalar el procedimiento para sancionar a quienes cometen faltas en contra de nuestro Código de Ética de Negocios.

III. ALCANCE

1. El presente Código de Ética de Negocios fue elaborado para su observancia por los miembros del Consejo de Administración (consejeros), directores y gerentes (directivos) y empleados de Coca-Cola FEMSA.

2. Este código describe situaciones generales concernientes a nuestras relaciones con inversionistas, clientes, proveedores, autoridades, el medio ambiente y la comunidad, considerando aquellas en las que existe mayor riesgo de un conflicto ético potencial.

3. Los nuevos temas que surjan de la dinámica de las situaciones de negocios y del entorno en general, se incorporarán a este código conforme sea necesario.

4. Este documento no es ni pretende ser exhaustivo, ni incluir todas las situaciones donde pudiera presentarse un conflicto de índole de ética. Por lo tanto, las situaciones no previstas en este Código de Ética de Negocios se resolverán de acuerdo con un criterio sano de administración. En caso de duda, se consultará con el área de Recursos Humanos, Auditoría Interna o, en última instancia, con el Comité de Auditoría del Consejo de Administración.

IV. VALORES

Los Valores de Coca-Cola FEMSA son los siguientes:

1. RESPETO Y DESARROLLO INTEGRAL DE COLABORADORES

Impulsamos el respeto y desarrollo integral del colaborador y su familia, a fin de que tengan acceso a mejores oportunidades, propiciando con ello su crecimiento económico, profesional y social.

2. INTEGRIDAD Y AUSTERIDAD

Actuamos de manera honesta, responsable y con apego a los principios éticos, siendo conscientes del impacto de nuestras acciones y decisiones.

Somos prudentes en nuestro comportamiento y en el uso de los recursos de la empresa.

3. PASIÓN POR EL SERVICIO AL CLIENTE

Estamos enfocados en identificar y satisfacer las necesidades de nuestros clientes, buscando siempre su preferencia a través de soluciones innovadoras.

4. CREACIÓN DE VALOR SOCIAL

Contribuimos en transformar positivamente nuestras comunidades, a través de la creación simultánea de valor económico, social y ambiental.

V. NORMAS ÉTICAS GENERALES

1. Mostramos una conducta leal, respetuosa, diligente y honesta.
2. Reconocemos la dignidad de las personas y respetamos su libertad y su privacidad.
3. Estamos obligados moralmente a respetar y proteger en lo pertinente a las personas que tenemos a nuestro cargo.
4. No discriminamos a ninguna persona por razones de género, estado civil, edad, religión, raza, opinión política, clase social o económica, embarazo, lengua, origen étnico, nacionalidad, preferencia sexual o discapacidad.

5. Condenamos, prohibimos y denunciaremos todo tipo de acoso u hostigamiento dentro y fuera de nuestro lugar de trabajo.
6. Promovemos y facilitamos la detección de prácticas ilegales y/o conductas inapropiadas, a través de la comunicación abierta y de los mecanismos formales implementados conforme a las disposiciones establecidas en el Código de Ética de Negocios.
7. De ninguna manera procedemos a despedir, degradar, suspender, amenazar, acosar, interferir con el derecho de empleo o discriminar en cualquier otra forma a persona alguna por proporcionar información, ayudar a que se proporcione información o colaborar en una investigación donde se presuma el incumplimiento de alguna disposición establecida en las Políticas Corporativas de Coca-Cola FEMSA o en el presente código.
8. Evitamos denunciar infundadamente y de mala fe a una persona inocente.
9. Cumplimos las leyes, regulaciones y ordenamientos de los países en los que operamos, así como el presente código, las políticas, normas y procedimientos que establece la Administración de Coca-Cola FEMSA, porque buscamos ser ejemplo de cultura de legalidad.
10. No participamos en actividad alguna con la intención de restringir el comercio, o negar hacer negocios con clientes, miembros o proveedores que compartan los valores éticos y posean una sólida reputación, en cualquier país donde esta práctica pueda ser una infracción a la ley aplicable.
11. Cumplimos con todo lo estipulado en la normatividad de lavado de dinero aplicable en todo el mundo, con apego a las leyes vigentes en los países en los que operamos.
12. No hacemos comentarios (sea en medios familiares o sociales) sobre actividades que llevamos a cabo dentro de la empresa, que vayan en detrimento de la misma o de quienes formamos parte de ella.
13. Protegemos y preservamos los activos tangibles e intangibles de la empresa, así como su uso eficiente para contribuir al logro de los objetivos del negocio y no para beneficio personal.
14. No divulgamos información confidencial relativa a procesos, métodos, estrategias, planes, proyectos, datos técnicos, de mercado o de cualquier otro tipo.
15. No utilizamos el nombre o los recursos de Coca-Cola FEMSA para beneficio personal.
16. Buscamos evitar todo contacto con personas deshonestas que pretendan o puedan perjudicar a Coca-Cola FEMSA.
17. No desarrollamos actividad externa alguna que pueda afectar nuestra capacidad y disponibilidad con las obligaciones que tenemos con Coca-Cola FEMSA.
18. Quienes participamos en actividades políticas de cualquier foro no involucramos a Coca-Cola FEMSA, estableciendo claramente que se actúa a título personal y no en representación de la empresa, ya que esta no influye, apoya o contribuye con políticos, partidos políticos o candidatos a ocupar cargos políticos.
19. No otorgamos préstamos o financiamientos a consejeros y directivos de Coca-Cola FEMSA.
20. Informamos con oportunidad sobre violaciones al código.

VI. NORMAS ÉTICAS ESPECÍFICAS

1. Relación con Clientes

1.1 Atendemos a clientes ofreciéndoles un trato equitativo y honesto en cada transacción, proporcionando los productos y servicios que les competen con la mayor calidad y oportunidad a su alcance, apegándonos en todo momento a la regulación oficial y a la normatividad interna de Coca-Cola FEMSA.

1.2 No hacemos comparaciones falsas o engañosas con productos o servicios equivalentes a los que ofrecen los competidores.

2. Competencia

2.1 Competimos vigorosamente cumpliendo con todas las leyes y reglamentos sobre competencia justa existentes en los países donde participamos.

2.2 No participamos en ningún acuerdo que pretenda limitar el libre juego de las fuerzas de los mercados en que operamos y no utilizamos medios impropios para mejorar nuestra posición competitiva en dichos mercados.

2.3 Quienes tenemos contacto con representantes de competidores, mostramos una actitud profesional, apegada a los principios y valores de la empresa que representamos, y cuidamos la imagen personal y la de Coca-Cola FEMSA.

3. Relación con Proveedores

3.1 Consideramos para la cartera de proveedores de Coca-Cola FEMSA a aquellos que probadamente comparten los valores éticos que sostiene y poseen una sólida reputación de equidad e integridad en sus tratos.

3.2 Quienes negociamos la adquisición de los bienes y servicios que Coca-Cola FEMSA requiere, ofrecemos y exigimos a los proveedores un trato equitativo y honesto en cada transacción, buscando siempre los mejores intereses de la empresa.

4. Publicidad y Mercadotecnia

4.1 La comunicación a través de publicidad y mercadotecnia de Coca-Cola FEMSA es:

a) Legal, decente, honesta, verdadera y conforme a principios de competencia justa y de buena práctica de negocios.

b) Preparada con un debido sentido de responsabilidad social y basada en principios de honradez y buena fe.

c) Comprobable y exenta de elementos que pudieran inducir a una interpretación errónea de las características de los productos y servicios que ofrece.

d) Respetuosa de los valores morales, evitando circunstancias no éticas que vulneren la integridad y dignidad humana, o use símbolos culturalmente ofensivos a un género, raza, religión, clase social o preferencia política.

5. Relación con Autoridades

5.1 Colaboramos en todo momento con las autoridades competentes para el pleno ejercicio de sus facultades y actuamos conforme a derecho en defensa de los legítimos intereses de Coca-Cola FEMSA.

5.2 Ofrecemos un trato amable y respetuoso a las autoridades, reconocemos su calidad como tales, y procuramos una atmósfera de apertura y confianza que facilite la discusión de los asuntos y el establecimiento de acuerdos.

5.3 Atendemos los requerimientos y observaciones de las autoridades, buscando colaborar con eficacia y cortesía en el cumplimiento de su misión, dentro de las facultades que les otorgan las leyes o regulaciones.

5.4 Los tratos, trámites y relaciones que en representación de la empresa tenemos con dependencias o funcionarios gubernamentales, los realizamos en concordancia con las leyes aplicables.

6. Anticorrupción

6.1 Observamos prácticas de negocio justas y transparentes para asegurar el cumplimiento de las leyes y regulaciones locales en los países en los que operamos, y prevenimos las prácticas de soborno y extorsión.

6.2 En nuestras actividades dentro y fuera de la empresa o en nombre de ésta, no participamos, ordenamos, autorizamos, prometemos, conspiramos, inducimos o asistimos a alguien en prácticas de corrupción, ya sea directamente o a través de un tercero.

6.3 No otorgamos, aceptamos o comprometemos regalos, condiciones ventajosas, salarios, viajes, comisiones o cualquier otra forma de compensación para influenciar una decisión de negocios. De igual manera, no damos ni obtenemos ventajas o beneficios indebidos de cualquier tipo, así como tampoco llevamos a cabo cualquier otra práctica de soborno o extorsión en la relación con clientes, proveedores, instituciones financieras, concesionarios, contratistas, empresas, autoridades o representantes gubernamentales u otra persona o entidad con quienes realizamos operaciones.

7. Medio Ambiente

7.1 Reconocemos la protección y conservación del medio ambiente como nuestro compromiso social, así como el cumplimiento de las leyes y regulaciones ambientales en los países en los que tenemos presencia.

7.2 Nuestro compromiso ambiental es una responsabilidad compartida por todos y nadie en Coca-Cola FEMSA asume que es el trabajo de alguien más.

7.3 Realizamos las acciones necesarias para asegurar de que en Coca-Cola FEMSA:

- a) Se implementen procedimientos efectivos de respuesta a posibles emergencias, para minimizar el impacto de incidentes no predecibles.
- b) Se evalúen en forma anticipada los cambios significativos en las unidades operativas y procesos para prevenir cambios adversos en el medio ambiente.
- c) Las descargas al drenaje y el manejo y confinamiento de desperdicios sólidos, no causen un impacto ambiental inaceptable.
- d) Se usen eficientemente las fuentes de energía y su consumo sea monitoreado.
- e) Se tomen las medidas necesarias para prevenir accidentes ambientales.

8. Relación con la comunidad

8.1 Reconocemos nuestro compromiso con la comunidad basado en nuestro origen, principios y valores, que trata de procurar la generación simultánea de valor económico y social en todas nuestras acciones, para nuestro crecimiento y sostenibilidad.

VII. RESPONSABILIDADES

1. Consejo de Administración

- 1.1 Aprobar el contenido del Código de Ética de Negocios.
- 1.2 Autorizar sus adecuaciones.
- 1.3 Expedir el Código de Ética de Negocios.
- 1.4 Asegurar, en coordinación con la Dirección General, la divulgación de este código, incluyendo su publicación en el formato oficial apropiado y en la página de Internet de la compañía, así como de cualquier cambio en dicho código.

2. Comité de Auditoría y Comité de Recursos Humanos

- 2.1 Supervisar el cumplimiento del Código de Ética de Negocios.
- 2.2 Presentar al Consejo de Administración las propuestas de modificación que hubiere para su aprobación.

3. Consejeros

- 3.2 Conocer este código y darle cabal cumplimiento.
- 3.2 Señalar al Presidente del Consejo de Administración, los aspectos de este código, cuya interpretación o aplicación considere que no es lo suficientemente clara, para definir una solución.
- 3.3 Firmar anualmente la carta de y cumplimiento con el Código de Ética de Negocios de Coca-Cola FEMSA.
- 3.4 Reportar cualquier posible violación al Código de Ética de Negocios.

8. Recursos Humanos

8.1 Difundir el código entre el personal mediante la entrega de una copia del mismo a cada empleado, recabando acuse de recibo.

8.4 Difundir el procedimiento del Sistema de Denuncias entre el personal, a través de los medios establecidos.

8.5 Difundir la "Guía para funcionarios de Coca-Cola FEMSA y Subsidiarias en materia de información privilegiada y compra-venta de acciones y otros valores", entre los directivos y empleados que dispongan de información privilegiada de Coca-Cola FEMSA, mediante la entrega de una copia de la misma a cada uno de ellos, recabando acuse de recibo.

8.6 Asegurar que las áreas de abastecimientos difunden el código y sus adecuaciones entre sus proveedores estratégicos, recabando acuse de recibo.

VIII. SISTEMA DE DENUNCIAS

En Coca-Cola FEMSA tenemos una conciencia de que los Valores constituyen una parte esencial e imprescindible de la vida y cultura de la corporación, por lo tanto, tomamos seriamente cualquier notificación acerca de prácticas ilegales o conductas inapropiadas detectadas en nuestra organización. Esto se lleva a cabo a través de un Sistema de Denuncias, que es un mecanismo formal implementado que se distingue por una comunicación abierta para notificar cualquier comportamiento o práctica que no se alinee a la ética de los negocios.

IX. SANCIONES

1.1 Las violaciones a este código son objeto de sanciones.

1.2 La severidad de las referidas sanciones está en función de la gravedad de las faltas cometidas, así como si derivan de acciones negligentes o dolosas. Consideramos una violación a este código el no sancionar los incumplimientos al mismo.

1.3 Las sanciones van desde la amonestación por escrito, el despido, hasta la denuncia penal (en su caso) ante las autoridades competentes.

1.4 Las sanciones se imponen por el nivel superior de quien haya cometido la falta asesorado por las áreas de Legal y Recursos Humanos.

1.5 Ante la duda sobre la existencia de una violación a este código, la evidencia disponible se valida y evalúa por las

áreas de Recursos Humanos y de Auditoría Interna antes de que se imponga la sanción correspondiente al posible infractor.

