



RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2012





RELATÓRIO
DE SUSTENTABILIDADE
SOROCABA REFRESCOS
2012



SOROCABA

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Presidente: Luiz Lacerda Biagi

Vice-Presidente: Ricardo Torres de Mello

Conselheiros: Cristiano Biagi, Giordano Biagi e
Leonardo Torres de Mello

CORPO DIRETIVO

Diretor Presidente: Cristiano Biagi

Diretor Superintendente: Claudio Sérgio Rodrigues

Gerente de Recursos Humanos: Angelo Fanti

Gerente Financeiro: Alessandro Ferreira

Gerente de Planejamento: Luís Gustavo Pisani

Gerente de Trade Marketing: Ana Táffari

Gerente Comercial: Luciano Albuquerque

Gerente Industrial: Claudia Jarra

Gerente de Logística: Daniel Martins da Costa

Contador: Rafael Soares Alves (SP260790/07)

EXPEDIENTE

A Sorocaba Refrescos agradece ao Comitê de Sustentabilidade pelo comprometimento fundamental no levantamento e consolidação dos dados que compõem este relatório.

Comitê de Sustentabilidade: Renata Dias de Oliveira, Suzelaine Mendes, Karem Newman, Ana Estela Torelli, Amanda Saydel, Elaine Fiel, Luciane Silva, Meire Ellen da Silva, Osvando Lopes, Francine Maia, Rafael Alves, Ivani Pinto Rodrigues, Angelo Fanti, Kátia Almeida e Fernando Daurício.

Coordenação Gráfica e Editorial: Renata Dias de Oliveira

Produção Editorial: Press Office Comunicação Integrada

Projeto Gráfico: Verbo Comunicação

Fotos: Fábio Eduardo, Elson Yabiku, Filipe Palma, Vitor Oliveira e Arquivos Sorocaba Refrescos

Tiragem Impressa: 2.000 exemplares

Publicação: Novembro/2012

Periodicidade: Bianaual - GRI 3.3

Relatório anterior publicado no ano de 2010 referente ao exercício do ano de 2009 - GRI 3.2

CONTATO

GRI 3.4

Sorocaba Refrescos S/A

Rodovia Raposo Tavares, Km 104
Jardim Itanguá - Sorocaba/SP

CEP: 18052-280

A/C: Depto. Comunicação Social

Telefone: +55 15 3229-9993

E-mail: comunicacao@sorocabarefrescos.com.br

Versão digital acesse:

www.sorocabarefrescos.com.br



Cristiano Biagi
Diretor Presidente

MENSAGEM DO PRESIDENTE

GRI 1.1

Por vários anos a Sorocaba Refrescos compilou as principais atividades da organização em um documento denominado Relatório Social. No entanto, como nos últimos dois anos tivemos uma evolução significativa em todas as áreas da empresa, entendemos que deveríamos dar um enfoque mais amplo para essa publicação que passou a se chamar Relatório de Sustentabilidade.

Isso porque o tema sustentabilidade é de extrema relevância para nossa empresa. Nesses 37 anos de existência, a Sorocaba Refrescos, por meio de sua Política Ambiental, visa utilizar cada vez menos recursos naturais em sua produção, diminuindo o impacto ambiental e mantendo a qualidade de seus produtos.

Porém, o conceito de sustentabilidade vai além. Pensando nisso, nos preocupamos com a formação de jovens e o desenvolvimento socioeconômico das comunidades onde atuamos e incentivamos um estilo de vida saudável, reconhecendo a força de viver positivamente.

Fazemos parte de uma companhia que tem como meta dobrar seu negócio, ser neutra em água e reciclar 100% das embalagens até 2020. São metas audaciosas e desafiadoras, mas demonstram a transparência e o respeito que temos com a comunidade e o meio ambiente.

Um diferencial desse Relatório de Sustentabilidade 2012 da Sorocaba Refrescos é que ele foi elaborado levando-se em conta as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI). Com essa iniciativa, reafirmamos nosso propósito de caminhar rumo a sustentabilidade e de prestar contas de nossas atividades, ainda que não tenhamos atingido a totalidade das exigências de um relatório GRI.

Se por um lado temos pontos a serem melhorados, por outro tenho a convicção que estamos na direção certa e em um processo de melhoria contínua. Por isso, vamos seguir firmes nesse propósito de crescimento sustentável da nossa empresa, da comunidade e da economia do país.



SUMÁRIO

5 SOBRE ESTE RELATÓRIO

6 A SOROCABA REFRESCOS

8 PERFIL

10 DIRETRIZES SOROCABA REFRESCOS

11 GOVERNANÇA CORPORATIVA

13 NOSSAS POLÍTICAS

14 ESTRATÉGIA DE NEGÓCIOS

16 PREMIAÇÕES

19 DESEMPENHO ECONÔMICO

20 SEGURANÇA DE ALIMENTOS

22 DESEMPENHO AMBIENTAL

26 DESEMPENHO SOCIAL

48 CONTEÚDO GRI



SOBRE ESTE RELATÓRIO

GRI 3.1, 3.5, 3.10, 3.11, 4.14, 4.15

Este relatório tem por objetivo tornar pública as principais ações da Sorocaba Refrescos ao longo do biênio 2010 - 2011. A prestação de contas, que realizamos desde 2004, é um compromisso da Sorocaba Refrescos, que preza pela transparência no relacionamento com seus diferentes *stakeholders*, ou seja, todas as organizações ou indivíduos que se interessam ou podem ser afetados por nossas atividades, produtos e/ou serviços: acionistas, colaboradores, consumidores, comunidades, clientes, fornecedores e governos.

A novidade é que nesta edição produzimos o relato em sintonia ao modelo proposto pela organização Global Reporting Initiative (GRI), que estabelece diretrizes amplamente aceitas e cada vez mais difundidas para a elaboração deste documento. A partir da análise dos indicadores de desempenho social, econômico e ambiental aqui expostos, esperamos contribuir e incentivar a proposição de soluções e a adoção de estratégias que fortaleçam a integração da sustentabilidade à visão do negócio. Os dados foram divididos em grandes grupos: institucional, econômico,

meio ambiente, social, ambiente de trabalho – valorização e qualidade de vida – e comunidade. Embora cada uma destas áreas atenda a metas e objetivos específicos, o crescimento e os bons resultados só aparecem, de fato, com a integração de todos em prol da inovação e da transformação.

Apesar dos desafios, nós sabemos que viver positivamente é possível. Apoiados nas diretrizes do Sistema Coca-Cola Brasil e na experiência da alta direção e seus colaboradores engajados, buscamos não só oferecer a qualidade máxima em nossos produtos – garantida e certificada por diversas normas que regulamentam os processos e práticas de gestão – como também interagir com a comunidade e com aqueles que nos ajudam a construir a nossa história.

Por tudo isso, mais do que o cumprimento de uma formalidade, o objetivo é que esse documento amplie nossa comunicação com o público para que, a partir da troca de experiências e conhecimento, possamos fazer do mundo um lugar melhor para as próximas gerações.





A SOROCABA REFRESCOS

GRI 2.1, 2.6

Em 2010, a Sorocabá Refrescos completou 35 anos. Para celebrar este momento tão especial realizou diversas ações – internas e externas – que tiveram continuidade no ano subsequente. O lançamento de um selo marcou o início das comemorações: a imagem era composta por símbolos, que traduzem os valores da empresa e são responsáveis pelo seu sucesso em diversas áreas de atuação.



SEGURANÇA

Nossos produtos respeitam as normas de segurança alimentar.



TRANSPIRAÇÃO

Somos incansáveis por fazer tudo melhor.



ÁGUA

Nos preocupamos com a água. Fonte de vida e nosso principal recurso.



CONHECIMENTO

O alicerce para nossas conquistas.



PORTIFÓLIO

Possuímos um amplo portfólio de bebidas diferentes para consumidores diferentes.



ENERGIA

Temos disposição para encarar qualquer desafio.



EXCELÊNCIA

Buscamos a excelência em todos os nossos processos.



PESQUISA

A melhor fórmula para nosso desenvolvimento.



LIBERDADE

Incentivamos a criatividade em nossas pessoas.



OTIMISMO

Em cada desafio procuramos uma oportunidade.



INTEGRAÇÃO

Valorizamos nosso trabalho em equipe.



PLANEJAMENTO

Procuramos a melhor maneira de atingir nossos objetivos.



QUALIDADE

Produzimos bebidas sinônimos de qualidade.



RECONHECIMENTO

Sabemos reconhecer nossos valores.



ALEGRIA

Nossos colaboradores têm prazer em trabalhar em uma das melhores empresas do Brasil.



CRESCIMENTO

Pensamos grande. Ser maior e melhor a cada dia.



SINERGIA

Unimos nossas forças para obter resultados.



ESPORTE

Incentivamos a prática de esportes e a qualidade de vida.



INOVAÇÃO

Criamos e reinventamos nosso negócio, todos os dias.



SABEDORIA

Somos sensatos em nossas tomadas de decisão.



MERCADO

Produzimos e vendemos produtos líderes de mercado em todo o mundo.



RECICLAGEM

Reciclamos nossos resíduos e ideias.



PESSOAS

Nosso maior patrimônio.



DISTRIBUIÇÃO

Procuramos vender nossos produtos a todos os lugares.



PAIXÃO

Somos apaixonados por tudo o que fazemos e produzimos.



TECNOLOGIA

Buscamos modernizar e evoluir nosso negócio.

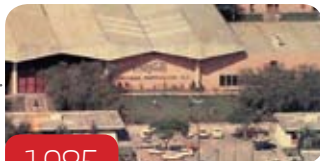
UM POUCO DA NOSSA HISTÓRIA

FUNDADA EM 1975, A SOROCABA REFRESCOS ATUA EM 60 MUNICÍPIOS DO INTERIOR PAULISTA COM PRODUTOS THE COCA-COLA COMPANY, LINHAS DE CERVEJAS DA HEINEKEN BRASIL, ALÉM DE DIVERSOS PRODUTOS NÃO-CARBONATADOS.



1975

Fundação da Sorocaba Refrescos, como um depósito da subsidiária Refrigerantes Campinas S.A, após dois anos a fábrica é inaugurada.



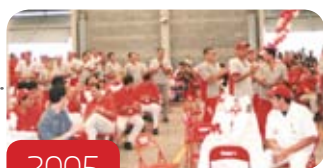
1985

A família Biagi assume os negócios da empresa e inicia investimentos para sua modernização.



1989

A Sorocaba Refrescos passa então a ser uma franquia independente no Sistema Coca-Cola Brasil.



2005

A Sorocaba Refrescos é certificada na ISO 9001 – Qualidade, ISO 14001 – Meio Ambiente e OHSAS 18001 – Saúde e Segurança



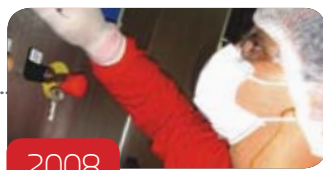
2002
2003

Conferem a certificação da Fase 2 e 3 do SQCC (Sistema de Qualidade Coca-Cola) em todos os seus processos.



2001

Expansão do Centro de Distribuição e da capacidade produtiva com a instalação de uma linha de latas são inaugurados pelo presidente da Coca-Cola Stuart Cross.



2008

Anuncia o maior investimento já feito nos últimos 33 anos e é certificada na ISO 22000 – Segurança de Alimentos.



2009

Foi um ano marcado por grandes conquistas e reconhecimentos: Prêmio da Qualidade Coca-Cola Brasil; Prêmio Troféu Planeta; Eleita pelo Guia Você S/A Exame, uma das 150 Melhores Empresas para se Trabalhar no Brasil, dentre outros.



2011

A Sorocaba Refrescos mantém-se na lista das melhores para se trabalhar, recebe o Prêmio Copa Execução do Sistema Coca-Cola Brasil, expande mais uma vez o Centro de Distribuição para o dobro do tamanho, além de fortalecer os investimentos na modernização da indústria e no desenvolvimento dos clientes.

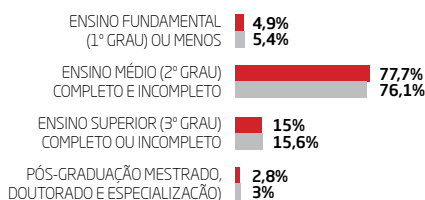
PERFIL

GRI 2.4, 2.7, 2.8, 3.6, LA1, LA2, LA13

NÚMERO DE COLABORADORES	2011	2010
DIRETORIA	2	2
GERÊNCIA	11	11
CHEFIA/ COORDENAÇÃO	15	14
TÉCNICA/ SUPERVISÃO	77	69
ADMINISTRATIVO	154	130
OPERACIONAL	548	488
TERCEIROS	1	1
ESTAGIÁRIOS	6	5
TERCEIRIZADOS	105	158
Nº TOTAL DE COLABORADORES	919	878

GRAU DE INSTRUÇÃO

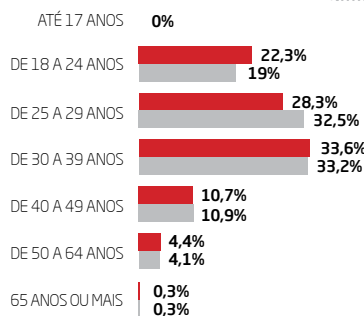
2011
2010



*COLABORADORES COM VÍNCULO EMPREGATÍCIO. EXCLUEM AQUI OS TERCEIROS.

FAIXA ETÁRIA

2011
2010

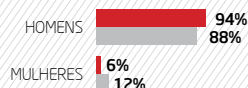


*COLABORADORES COM VÍNCULO EMPREGATÍCIO. EXCLUEM AQUI OS TERCEIROS.

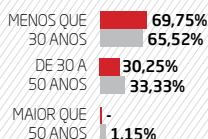
ROTATIVIDADE

2011
2010

ROTATIVIDADE POR GÊNERO

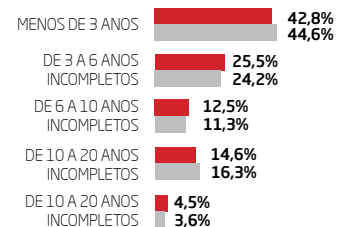


ROTATIVIDADE POR FAIXA ETÁRIA



TEMPO DE EMPRESA

2011
2010



*COLABORADORES COM VÍNCULO EMPREGATÍCIO. EXCLUEM AQUI OS TERCEIROS.

DIVERSIDADE

COMPOSIÇÃO DOS GRUPOS	HOMENS		MULHERES		ABAIXO DE 30 ANOS		ENTRE 30 E 50 ANOS		ACIMA DE 50 ANOS		HOMENS NEGROS		MULHERES NEGRAS	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010
CHEFIA / COORDENAÇÃO / GERENTES	19	19	8	7	1	-	11	11	1	1	-	-	-	-
TÉCNICA / SUPERVISÃO	70	64	7	5	17	19	55	45	5	5	-	-	-	-
ADMINISTRATIVO	111	96	43	34	94	80	59	50	1	-	3	-	2	-
OPERACIONAL	547	487	1	1	292	263	226	200	30	25	17	5	-	-
TERCEIROS	-	-	1	1	-	-	16	16	-	-	-	-	-	-

NOSSOS PRODUTOS

GRI 2.2

AO TODO SÃO MAIS DE
200 PRODUTOS
DE DIFERENTES CATEGORIAS,
NAS MAIS VARIADAS
EMBALAGENS.



A Sorocab Refrescos possui cinco modernas linhas de produção, com capacidade produtiva de mais de 200 milhões de litros de bebidas por ano e um Centro de Distribuição localizados em uma área com mais de 110 mil m² às margens da Rodovia Raposo Tavares.

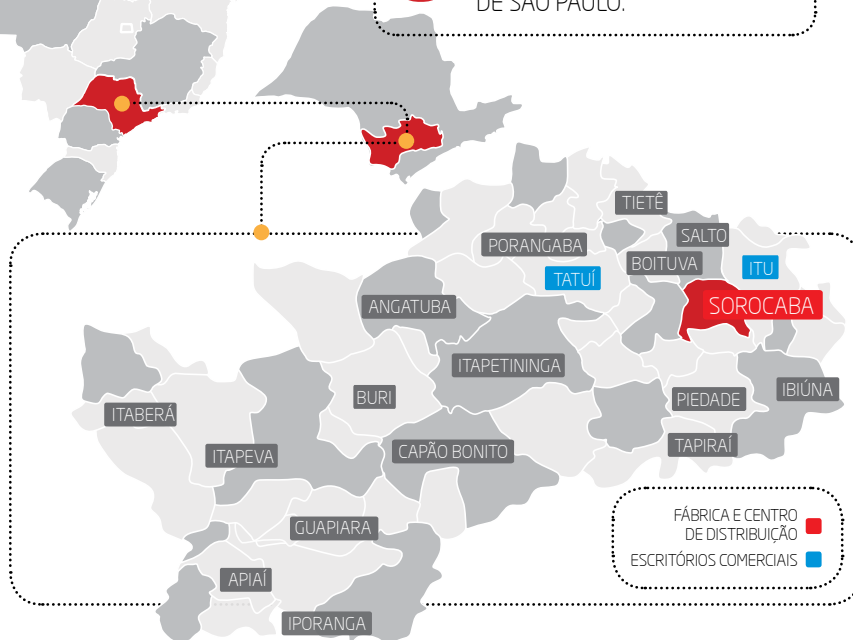
Um moderno sistema de gestão garante as certificações ISO 9001:2008 – Qualidade; ISO 14001:2004 – Meio Ambiente; OHSAS 18001:2007 – Saúde e Segurança; e ISO 22000:2008 – Segurança de Alimentos com reconhecimento ao PAS 220:2008 (Programa de Pré-requisitos de Segurança de Alimentos).

**Benefício
das Bebidas**

MAPA DE ATUAÇÃO GEOGRÁFICA



ATENDE MAIS DE
11 MIL CLIENTES,
COM **2,4 MILHÕES**
DE CONSUMIDORES EM
60 MUNICÍPIOS DO INTERIOR
DE SÃO PAULO.



SOROCABA
REFRESCOS





DIRETRIZES SOROCABA REFRESCOS

GRI 4.14

NEGÓCIO

Somos uma empresa que fabrica, vende e distribui produtos de qualidade e, com isso, oferece aos clientes a possibilidade de desenvolvimento do seu negócio.



VISÃO

Ser reconhecida como uma empresa referência no mercado e na comunidade, buscando ampliar sua participação de mercado com incremento de valor econômico ao seu negócio, simultaneamente com segurança e responsabilidade socioambiental.

VALORES

- Geração de valor ao negócio;
- Compromisso e paixão por nossas marcas;
- Fidelidade com nossos clientes e consumidores;
- Valorização dos colaboradores;
- Comprometimento com o Meio Ambiente;
- Relacionamento saudável com a comunidade;
- Ambiente seguro aos colaboradores.

MISSÃO

Atender as necessidades de todos os envolvidos diretamente com a Sorocabá Refrescos: os acionistas, clientes, consumidores, colaboradores, fornecedores, governo e a comunidade na qual estamos inseridos, gerando riquezas que devem ser distribuídas de forma transparente.



GOVERNANÇA CORPORATIVA

GRI 2.3, 4.1

Eficácia e transparência. A Sorocaba Refrescos S/A é uma empresa de capital fechado e esses dois princípios são a base da nossa governança. Antes de ser um diferencial competitivo – bastante importante, diga-se de passagem – a otimização e a melhoria contínua de processos de produção e demais procedimentos internos é um compromisso da empresa com seus acionistas, colaboradores, consumidores e, principalmente, com a sociedade. Dessa forma, pode-se dizer que a renovação desse acordo acontece a cada vez em que um produto ou serviço é lançado ou aperfeiçoado. Para manter os níveis de eficiência e alcançar um bom desem-

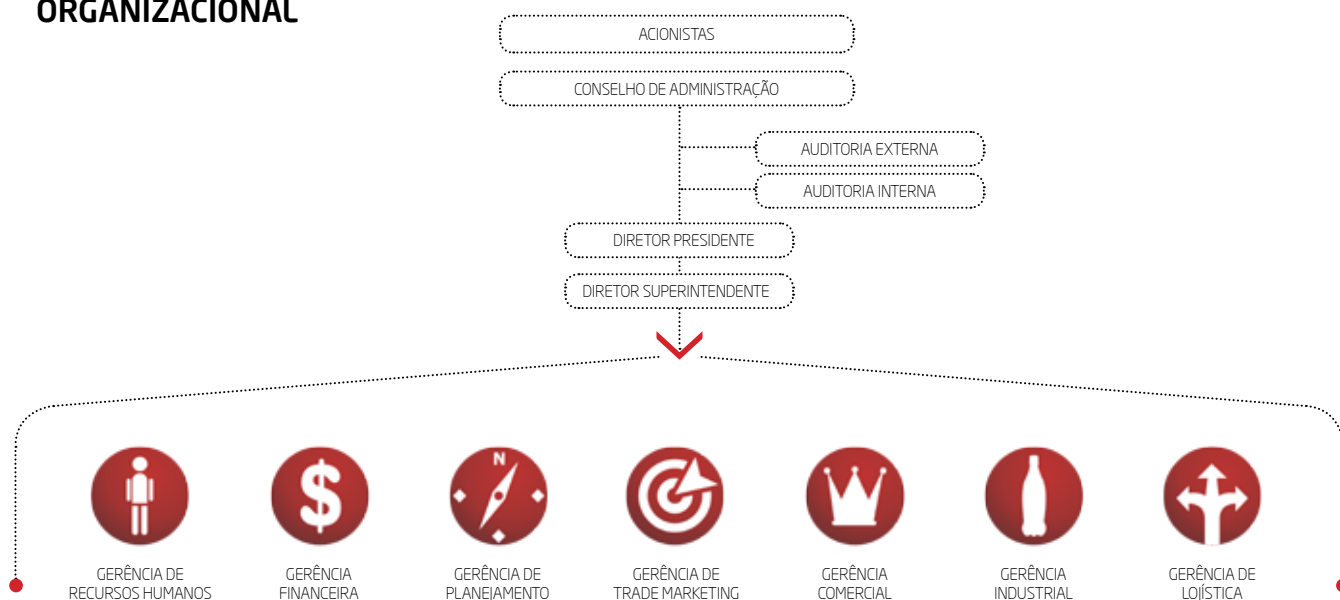
penho, as operações são controladas de forma sistêmica, obedecendo as diretrizes do Sistema Integrado de Gestão (SIG), que unifica e padroniza indicadores, normas e procedimentos, garantindo um acompanhamento eficaz e preciso a partir de parâmetros baseados nas tendências de mercado e metas estabelecidas pelo Sistema Coca-Cola Brasil.

Ao SIG juntam-se outras ações importantes, como a auditoria anual que fiscaliza todos os processos fiscais, trabalhistas e financeiros assegurando a transparência desses procedimentos e a veracidade das informações prestadas. Como parte desse esforço, vale a pena mencionar ainda as

recertificações (entenda como elas funcionam mais adiante).

Mas, para chegar tão longe e obter os resultados desejados, é indispensável a valorização de nosso maior patrimônio: o capital humano. A Sorocaba Refrescos dispõe de um corpo de gerentes qualificados – que respondem pelas áreas de Recursos Humanos, Financeiro, Planejamento, Trade Marketing, Comercial, Industrial e Logística, além de um Diretor Presidente, que se reporta a um Conselho de Administração, representado por seus acionistas ou por membros indicados por eles.

ESTRUTURA ORGANIZACIONAL





CÓDIGO DE CONDUTA

Três anos após sua implantação, em 2008, o código de conduta da Sorocaba Refrescos foi atualizado em 2010, conforme as recomendações do IBGC (Instituto Brasileiro de Governança Corporativa).

No documento, constam os princípios e valores corporativos que devem ser vivenciados e multiplicados como expressão do comportamento ético com que a empresa se relaciona. O código é disseminado internamente e acessível a todos os colaboradores, pois a qualquer momento podem surgir dúvidas de como se comportar frente a uma determinada situação. Com as informações contidas no documento é mais fácil tomar uma decisão assertiva, alinhada com as normas da empresa. Clientes, fornecedores, colaboradores e terceiros são encorajados pela Sorocaba Refrescos a conduzirem suas atividades dentro desses princípios.

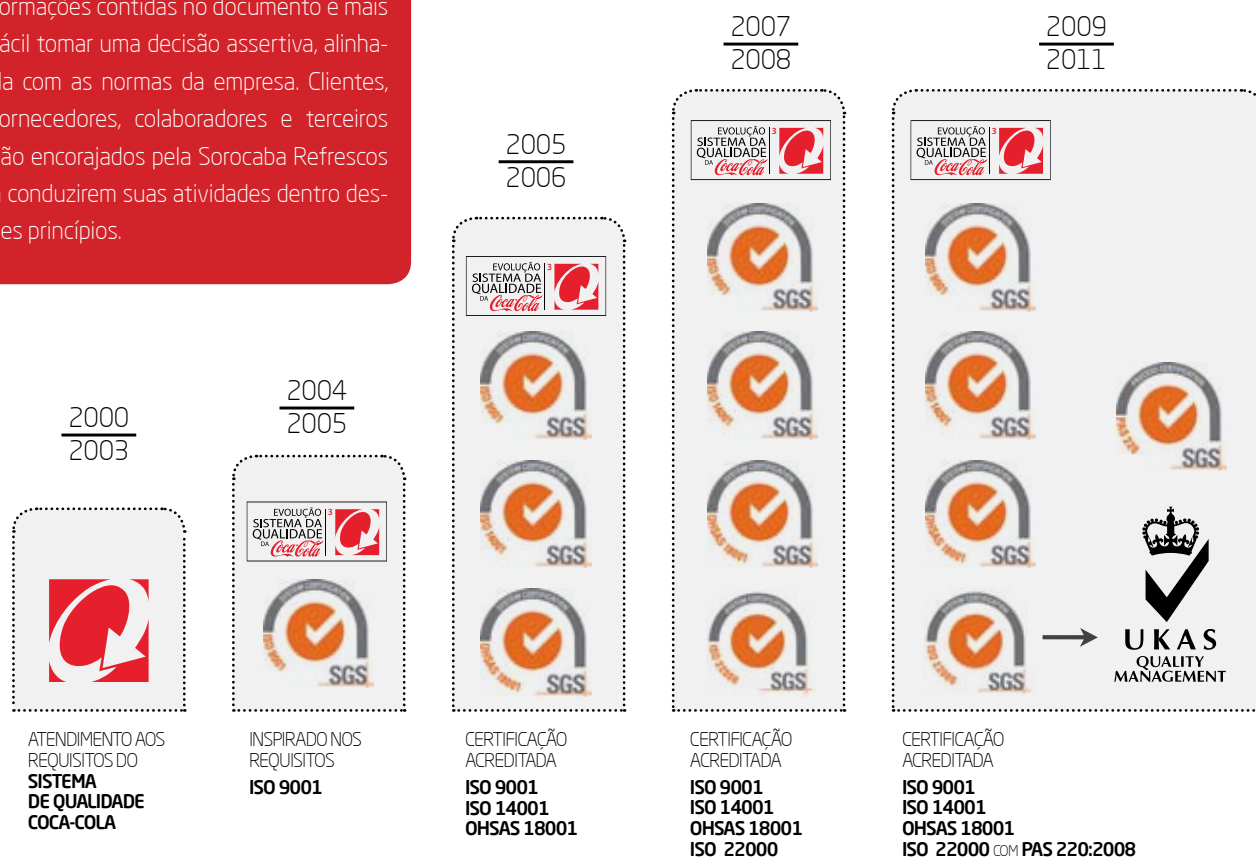


SISTEMA INTEGRADO DE GESTÃO

Os requisitos, programas e procedimentos do Sistema Integrado de Gestão (SIG) são revisados segundo as diretrizes da The Coca-Cola Company, das normas acreditadas, ou ainda, conforme padrões internos. Sob essa perspectiva, todos os anos são realizadas auditorias de manutenção das certificações, e a cada três anos há o ciclo de recertificação das normas ISO.

O cumprimento dos requisitos demonstra a preocupação da empresa com a qualidade e segurança de alimentos, com o meio ambiente e com a saúde e segurança

ocupacional, além de refletir na satisfação dos clientes e consumidores. Em 2011, a Sorocaba Refrescos foi auditada em Qualidade, atingindo 85,5% dos requisitos, que a enquadrou no critério "Atende". O Risk Assessment é uma ferramenta de verificação de conformidade do SIG e o escopo dessa auditoria, especificamente de Qualidade, avalia se a franquia atende aos requisitos da Coca-Cola – KORE (Coca-Cola Operating Requirements). Trata-se de uma Biblioteca de Normas e Requisitos que devem ser atendidos integralmente.





NOSSAS POLÍTICAS



POLÍTICA DA QUALIDADE

A Sorocaba Refrescos, empresa do segmento de industrialização e comercialização de bebidas, atuando em Sorocaba e Região, mantém a sua promessa de qualidade de produtos e serviços, através da implementação dos sistemas de gestão da qualidade, assegurando a conformidade com as regulamentações aplicáveis, com padrões internacionalmente reconhecidos e com requisitos específicos da The Coca-Cola Company por toda a cadeia de fornecimento, do início ao fim, oferecendo excelência de qualidade, de forma eficaz e eficiente através de: Gestão de Fornecedores; Padrões Globais de execução junto aos nossos fornecedores e parceiros; Garantia de atendimento e superação das expectativas de nossos clientes, consumidores e partes interessadas; Melhoria Contínua em todo o sistema; Produtividade em toda a cadeia, garantindo assim Produto Perfeito, Confiável em qualquer lugar.



POLÍTICA DE SEGURANÇA DE ALIMENTOS

A Sorocaba Refrescos, empresa do segmento de industrialização e comercialização de bebidas, atuando em Sorocaba e Região, garante padrões inabaláveis de segurança para os produtos que produz e distribui, contribuindo para o Sistema Coca-Cola no aumento do portfólio mantendo a confiança dos consumidores em todos os produtos. Promove a comunica-

ção interativa entre as partes interessadas e compromete-se em buscar a Melhoria Contínua nos seus processos promovendo identificações pró-ativas e gerenciamento eficaz aos riscos associados a produtos, processos e tecnologias, através de Avaliações periódicas e Mitigação de Riscos, Gestão de Fornecedores e atendimento a Requisitos Regulatórios.



POLÍTICA AMBIENTAL

A Sorocaba Refrescos, empresa do segmento de industrialização e comercialização de bebidas, atuando em Sorocaba e Região, por considerar-se potencialmente consumidora de recursos hídricos, emissora de gases na atmosfera provenientes dos seus equipamentos industriais e frota, geradora de resíduos sólidos e efluentes líquidos e, ainda, por utilizar embalagens descartáveis nos seus produtos, assume o compromisso de cumprir os requisitos legais e outros requisitos ambientais aplicáveis, manter os seus colaboradores conscientes sobre as questões ambientais mais relevantes, dialogar com as partes interessadas, tratar incidentes de forma adequada, estabelecer e acompanhar continuamente objetivos e metas relativos ao meio ambiente, com o firme propósito de obter a melhoria contínua do seu desempenho ambiental e a minimização dos impactos das suas atividades, contribuindo de forma pró-ativa para preservar e proteger o meio ambiente.



POLÍTICA DE SEGURANÇA & SAÚDE OCUPACIONAL

A Sorocaba Refrescos, empresa do segmento de industrialização e comercialização de bebidas, atuando em Sorocaba e Região, reconhece os riscos potenciais inerentes à segurança e saúde ocupacional e à segurança pública, decorrente das suas atividades, tais como: acidentes de trânsito, acidentes internos nos seus processos industriais e perdas ou danos ao seu patrimônio e de informações. Assume o compromisso de cumprir os requisitos legais e outros requisitos sobre segurança e saúde ocupacional aplicáveis, adotando práticas de prevenção. Isto inclui manter a sua força de trabalho consciente sobre as questões de segurança e saúde mais relevantes, dialogar com as partes interessadas, estabelecer e acompanhar continuamente objetivos e metas sobre segurança e saúde, gerenciar riscos buscando minimizá-los, tratar incidentes de forma adequada, realizar uma gestão eficaz de sua frota, visando garantir assim, uma adequação para as atividades externas, com o firme propósito de obter a melhoria contínua do seu desempenho e de forma pró-ativa, promover um ambiente seguro e saudável aos seus colaboradores, subcontratados e às comunidades potencialmente afetadas pelas suas operações.

ESTRATÉGIA DE NEGÓCIOS

AS NOSSAS DIRETRIZES ESTRATÉGICAS ESTÃO ALINHADAS COM A VISÃO DE LONGO PRAZO DA THE COCA-COLA COMPANY QUE DEFINIU METAS QUE PRETENDEMOS ALCANÇAR ATÉ O ANO DE 2020.



2025
SOROCABA
 REFRESCOS
no caminho certo



OS DIRECIONADORES ESTRATÉGICOS DA SOROCABA REFRESCOS

RECURSOS HUMANOS

- Manter uma cultura de alta performance identificando e desenvolvendo profissionais alinhados e comprometidos com a busca de resultados;
- Fortalecer a imagem e reputação da Sorocaba Refrescos e suas marcas;
- Compromisso com o futuro através de programas e processos que permitam a sustentabilidade e um ambiente de trabalho seguro e saudável.

FINANCEIRO

- Garantir a qualidade das informações reportadas no Balanço Patrimonial;
- Aprimorar Gestão de Capital de Giro;
- Desenvolver software para suportar as estratégias corporativas;
- Projetar modelo de Plano Diretor e criar área de benchmark.

LOGÍSTICA

- Reduzir acidentes e desenvolver as equipes através de treinamentos que melhorem a execução das suas atividades;
- Garantir infraestrutura necessária para atender a demanda dos nossos produtos e equipamentos. Apoiar implantação de projetos estratégicos da empresa como, por exemplo, instalação de geladeiras para desenvolvimento do mercado;
- Evolução em toda cadeia de suprimentos e na relação custo x benefício entre a empresa e o mercado.

PLANEJAMENTO

- Otimizar processos da cadeia de suprimentos;
- Gestão e aprimoramento da rentabilidade da operação por meio de controle estratégico de custos e preços;
- Excelência operacional e comercial no fornecimento de produtos para o Mercado Externo;
- Manutenção da competitividade do negócio através da gestão de compras.

INDÚSTRIA

- Aumentar produtividade com redução de perdas e gestão de processos;
- Aumentar confiabilidade das linhas de envase;
- Implementar sistema de automação industrial;
- Manter as certificações das normas ISO;
- Certificar norma FSSC 22.000 para Segurança de Alimentos.

COMERCIAL

- Superar as metas de volume, receita e margem em todas categorias;
- Aumentar nossa participação de mercado em refrigerantes, atingindo novo recorde histórico, de forma sustentável e com geração de valor, através da Execução Excelente de nossas estratégias, alinhamento de processos e comprometimento das pessoas;
- Expandir a base de bebidas não carbonatadas, obtendo o maior crescimento x ano anterior dentro do Sistema Coca-Cola;
- Alavancar cobertura e volume em canais emergentes.

TRADE MARKETING

- Desenvolver o mercado de bebidas prontas para beber, através de iniciativas voltadas a atrair o consumidor final, explorar diferentes ocasiões de consumo e desenvolver canais potenciais;
- Implementar os projetos estratégicos de categorias, marcas e canais de distribuição previstos no planejamento anual;
- Atingir excelência na execução de mercado da fotografia de sucesso para ampliar diferencial competitivo da empresa;
- Implementar melhorias de processos em Previsão de Demanda, S&OP, S&OE, RED, Cadastro de Clientes, Gestão da Parceria e modelo de gestão da área de Trade Marketing;
- Fortalecer a imagem de nossas marcas junto ao consumidor final e clientes.



Cristiano Biagi, Muhtar Kent, Luiz Biagi, José Octavio Reyes e Xiemar Zarazúa - entrega do Troféu Planeta 2009.



Sorocaba Refrescos cresce acima da média e entra para as 1000 Maiores & Melhores Empresas do Brasil

É eleita pelo 3º ano consecutivo uma das 150 melhores empresas para se trabalhar no Brasil

PREMIAÇÕES

GRI 2.10



Ao longo de sua história, a Sorocaba Refrescos conquistou diversos reconhecimentos: por três oportunidades (2006, 2008 e 2009), sagrou-se vencedora do Prêmio da Qualidade The Coca-Cola Company – composto por três pilares: qualidade intrínseca dos produtos, sistema de gestão integrada e compromissos globais com questões sociais e ambientais – ficando no topo do ranking Brasil na performance em qualidade e gestão.

Em 2009, recebeu o Troféu Planeta com o case “É possível Separar o Lixo em Grandes Proporções?” – um reconhecimento da Coca-Cola Brasil à qualidade da gestão em responsabilidade social e para a sustentabilidade – e foi eleita, pela primeira vez, como uma das 150 Melhores Empresas para Trabalhar, segundo guia das revistas Você S/A | Exame. No ano seguinte, a Sorocaba Refrescos esteve, mais uma vez, no ranking

das melhores. Destaca-se o fato de que, a pontuação final, que expressa o grau de felicidade no trabalho, aumentou em relação à 2009: saltou de 75,8 para 78,2. Vários fatores apontados pelos colaboradores da empresa contribuíram decisivamente para este resultado. Dentre os principais, citam-se o ótimo ambiente de trabalho, a autonomia, o bom relacionamento com a chefia e a preocupação com saúde e segurança.

Outra importante conquista é o reconhecimento pelo mercado, por anos consecutivos, 2010 e 2011, no ranking das “100 mais inovadoras no Uso de TI”, conforme levantamento divulgado anualmente pela revista InformationWeek Brasil. Em 2011, a empresa saltou da 78ª para 26ª. Posição do ranking que é considerado o mais importante balizador da aplicabilidade da tecnologia em prol da inovação corporativa.





Já em 2011, pelo terceiro ano consecutivo, a Sorocaba Refrescos foi novamente considerada uma das 150 melhores empresas para se trabalhar no Brasil, segundo Guia elaborado pelas revistas *Você S/A* e *Exame*. Naquele ano, a fabricante do Sistema Coca-Cola Brasil, ocupou a 5ª posição no setor de alimentos e a primeira no ranking genuinamente de bebidas. Sob essa perspectiva, conclui-se que o ambiente positivo e familiar influenciou diretamente no desempenho da Sorocaba Refrescos atingindo 79,4 pontos no Índice de Qualidade no Ambiente de Trabalho (IQAT), com base na avaliação dos colaboradores. O percentual dos que afirmaram se identificar com a empresa foi ainda maior e chegou a 87,2%.

Convém ressaltar ainda que, em julho de 2011, a Sorocaba Refrescos já havia sido

listada entre as 1000 Maiores & Melhores Empresas do Brasil, conforme levantamento divulgado em edição especial da Revista *Exame*, que avaliou a receita de vendas (faturamento bruto), ou seja, o quanto cada organização contribui para a comunidade em termos de produtos e serviços.

E como comunicar é quase uma obsessão na Sorocaba Refrescos, a empresa conquistou também em 2011, pela terceira vez – as conquistas anteriores haviam sido em 2008 e 2009 – o primeiro lugar em comunicação entre todas as franquias do Sistema Coca-Cola Brasil. A premiação anual – que integra o programa Iniciativa Premiada do Sistema Coca-Cola Brasil – aconteceu durante o 8º Workshop de Comunicação e Sustentabilidade realizado em Búzios (RJ), e teve nesta edição o tema “Viver bem infor-

mado é Viver Positivamente”.

Para encerrar o ano, a companhia foi consagrada como a grande campeã da Copa Execução da Coca-Cola Brasil, prêmio disputado pelas 15 franquias em todo o país. Nesta competição, a Sorocaba Refrescos obteve a melhor pontuação no acumulado de janeiro a outubro de 2011 no quesito Execução de Mercado, com o resultado final divulgado durante o Fórum Nacional de Execução, que aconteceu em São Paulo. A empresa conquistou ainda mais quatro prêmios parciais: Melhor Execução no Canal AS 1-4; Melhor Ativação de Mercado; Melhor Comunicação de Preço e figurou no TOP 5 – cinco melhores franquias do Brasil. Para comemorar, a empresa promoveu uma festa no final de dezembro, ocasião em que recebeu a taça Copa de Execução.

Primeiro lugar em comunicação entre todas as empresas do Sistema Coca-Cola Brasil



Como reconhecimento de suas iniciativas recebe o Troféu Planeta com o case: “É possível Separar o Lixo em Grandes Proporções?”

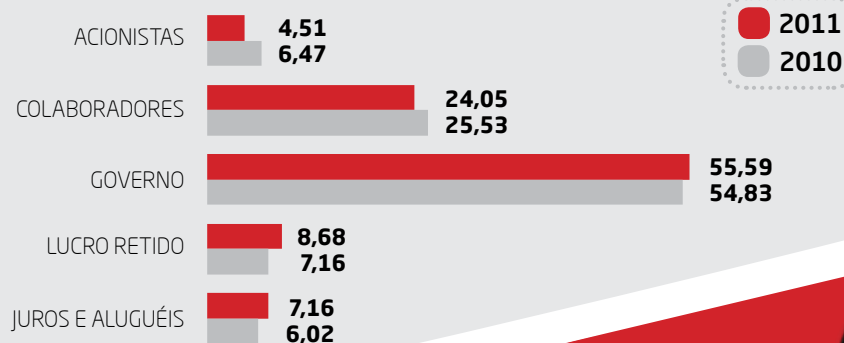


MARCELO FAGUNDES
Mecânico de Manutenção Industrial

100 mais inovadoras no uso de TI



DEMONSTRAÇÃO DE VALOR ADICIONADO (%)



Descrição	2011	2010
Receitas	375.385	339.473
Custos operacionais	253.043	241.993
Salários e benefícios de empregados	30.231	25.080
Pagamentos ao governo	69.868	53.863
Pagamentos para provedores de capital	5.671	6.361
Investimentos na comunidade	-	-
Valor econômico acumulado	16.571	12.177

1 - RECEITAS	373.742	336.637
1.1. Vendas de mercadorias, produtos e serviços	366.796	335.637
1.2. Provisão para devedores duvidosos - Reversão/Constituição	183	0
1.3. Não operacionais	7.129	968
2 - INSUMOS ADQUIRIDOS DE TERCEIROS (Inclui ICMS e IPI)	244.039	236.083
2.1. Matérias-primas consumidas	192.582	198.436
2.2. Custos das mercadorias e serviços vendidos	-	-
2.3. Materiais, energia, serviços de terceiros e outros	51.457	37.647
2.4. Perda/Recuperação de valores ativos	-	-
3 - VALOR ADICIONADO BRUTO	129.703	100.554
4 - RETENÇÕES	5.657	5.145
4.1. Depreciação, amortização e exaustão	5.657	5.145
5 - VALOR ADICIONADO LÍQUIDO PRODUZIDO PELA ENTIDADE	124.046	95.409
6 - VALOR ADICIONADO RECEBIDO EM TRANSFERÊNCIA	1.643	2.836
6.1. Resultado de equivalência patrimonial	-	-
6.2. Receitas financeiras	1.643	2.836
7 - VALOR ADICIONADO TOTAL A DISTRIBUIR	125.689	98.245
8 - DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO	125.689	98.245
8.1. Pessoal e encargos	30.231	25.080
8.2. Impostos, taxas e contribuições	69.868	53.863
8.3. Juros e aluguéis	9.004	5.910
8.4. Juros sobre capital próprio e dividendos	5.671	6.361
8.5. Lucros retidos/prejuízo do exercício	10.914	7.031

GRI EC1





DESEMPENHO ECONÔMICO

Paralelamente a estes reconhecimentos, é importante destacar os avanços no campo econômico. Em outubro de 2011, a Sorocaba Refrescos anunciou investimentos na ordem de R\$ 40 milhões, que, entre outros benefícios, lhe permitiria dobrar a capacidade de seu Centro de Distribuição.

Com o início da produção do Ice Tea Leão para todo o Brasil, a empresa teve uma de suas linhas industriais ampliada, tendo incrementado a sua capacidade produtiva em mais de 25%. Para isso, fez-se necessária a contratação de novos colaboradores.

Apesar de já previstos no plano diretor, os investimentos foram antecipados devido ao aumento da demanda, isso porque, nos últimos anos, o desempenho da Sorocaba Refrescos cresceu de forma acelerada, acima da média brasileira.

Com isso a Sorocaba Refrescos reafirmou seu objetivo de expandir o consumo de todos os produtos comercializados, não apenas os refrigerantes – que tem também crescido acima da média nacional – mas também de águas, energéticos, sucos, refrescos, chás e cervejas.

Numa outra frente, a empresa também tem apostado em embalagens diferenciadas, específicas para cada ocasião de consumo: as menores – como, por exemplo, a mini lata – para as pessoas que tem muita sede e pouco tempo; ou, na outra ponta, as de 2,25l, 2,5l e 3l, para as famílias mais numerosas, que buscam praticidade. Neste cenário, convém ressaltar ainda a expansão das retornáveis.

Ainda como parte dessa estratégia, foram ampliados em 20% os recursos para os investimentos em ações de marketing, para tornar as várias marcas que integram o portfólio mais conhecidas. Paralela-

mente, a empresa destinou recursos para fortalecer o negócio dos seus clientes (bares, padarias, supermercados) – por meio da aquisição de geladeiras e outros equipamentos – além do aumento da frota.

O aumento de 7% no volume de vendas em relação a 2010 – que representa um faturamento de aproximadamente R\$ 374 milhões – pode ser apontado como um importante reflexo deste cenário, considerado extremamente favorável.

Em 2010, por sua vez, a empresa cresceu 18% em relação ao ano anterior. Vários fatores contribuíram para esse desempenho: entre os externos, destacam-se os grandes eventos esportivos, como a Copa do Mundo da África, a melhora no nível de renda de grande parte da população.

A soma de todos esses fatores tem contribuído para que, desde a sua fundação, a Sorocaba Refrescos desempenhe um papel importante no fortalecimento de um ciclo bastante positivo, no qual os investimentos de mercado impactam positivamente sobre os negócios do cliente. Ao mesmo tempo, a empresa – que emprega mais de 900 colaboradores – é uma das maiores arrecadoras de impostos no âmbito estadual, que, posteriormente, se convertem em benefícios para a cidade.

Mesmo diante de tantas conquistas, a Sorocaba Refrescos almeja se desenvolver ainda mais, pois sabe que o seu crescimento está atrelado também ao desenvolvimento dos municípios que compõem a sua área de abrangência. Para o ano de 2012, a meta da empresa é atingir 57% de participação no mercado. Mais do que impulsionar a economia, o objetivo é integrar-se, de maneira cada vez mais contínua, a comunidade na qual estamos inseridos.



SEGURANÇA DE ALIMENTOS

GRI PR1, PR5



A Sorocaba Refrescos é uma empresa certificada na ISO 22.000 - Segurança de Alimentos, com ênfase em PAS 220:2008, o que traz a garantia de 100% dos seus produtos e serviços em toda cadeia que engloba o produto final, ou seja, do fornecedor até os clientes, abrangendo todos os processos. A implementação da ISO 22.000 impactou positivamente a ascensão de importantes resultados entre reclamações de SAC; destaque no Ranting de Embalagem e Produtos; e o bom desempenho em auditorias Internas e Externas.

PRÊMIO DE QUALIDADE

Neste cenário, outra estratégia que merece ser mencionada é o Prêmio de Qualidade, que a Sorocaba Refrescos recebeu em 2006, 2008 e 2009. Em 2010, a Sorocaba Refrescos liderou dois, de três pilares: Maturity Continuum e Sustentabilidade.

O primeiro avalia o sistema de gestão integrada para qualidade, meio ambiente e segurança e saúde ocupacional. O segundo pilar considera os compromissos globais com questões sócio-ambientais e responsabilidade social. O resultado por grupo engarrafador destaca a Sorocaba Refrescos em primeiro lugar no ranking.

O terceiro pilar que compõe o Prêmio é o Back to Basics, voltado à qualidade intrínseca de produto, conformidade do sistema de segurança e do tratamento de efluentes. A liderança desse pilar ficou por conta das operações de Ribeirão Preto e a operação de Marília-SPAIPA foi a grande vencedora do Prêmio Qualidade Brasil 2010.



Prêmio Qualidade concedido pela The Coca-Cola Company

● O QUE É

Todas as fábricas do Sistema Coca-Cola Brasil têm o seu desempenho mensurado anualmente, por meio do monitoramento de produtos comprados na região em que se encontram. As conclusões dessa avaliação, que é baseada em três pilares – qualidade intrínseca e percebida do produto; sistema de gestão integrada e sustentabilidade – servem de base para a elaboração de um ranking.

São vários os itens analisados como, por exemplo, o acompanhamento dos processos de envase; a certificação e manutenção por meio de auditorias externas nas normas ISO 9001, 14001, 22000 e OHSAS 18000; o monitoramento dos resultados da sa-

tisfação de clientes e consumidores; indicadores de performance em saúde, segurança ocupacional e questões ambientais. No final do ano, é feito o fechamento de todos os dados e a franquia com maior número de pontos é definida como vencedora.

Embora a divulgação do ranking seja anual, a verificação é realizada mensalmente. A partir da análise dos resultados, percebe-se que uma boa colocação está diretamente atrelada à eficiência na gestão dos processos, por meio da análise de indicadores, e ao acompanhamento de planos de ação para o cumprimento de metas estratégicas propostas pela Sorocaba Refrescos e pela Coca-Cola Brasil.



INVESTIMENTO EM NOVA TECNOLOGIA DE TRATAMENTO DO AÇÚCAR

Visando a modernização da indústria foi implementado em 2010 o processo de tratamento de açúcar através da Troca Iônica, que consiste na remoção de íons – que conferem gosto, odor e cor – do açúcar cristal, possibilitando a obtenção de um Xarope Simples Clarificado isento de impurezas.

O projeto possui a mais nova tecnologia

disponível no mercado para garantir um produto de alta qualidade e baixo custo. Numa outra frente, a sala de armazenagem dos bags de açúcar cristal também dispõe de um eficiente mecanismo de segurança para o colaborador: trata-se do sistema “linha de vida”, que impede a ocorrência de queda a uma altura acima de 1,80m.

DESEMPENHO AMBIENTAL

ÁGUA

GRI EN8, EN10



Estigmatizada como uma das principais causadoras dos desastres naturais que assolam o planeta, a indústria está cada vez mais empenhada em adotar práticas de gestão ambiental. Nas últimas duas décadas, a promoção da sustentabilidade tornou-se um diferencial competitivo para o setor produtivo brasileiro, que investe cada vez mais em mecanismos que assegurem a preservação dos recursos naturais.

Na Sorocaba Refrescos, o cenário não é diferente. Mais do que isso, a utilização racional das fontes de água é um compromisso da empresa. Para alcançar esse objetivo, várias ações são realizadas, com o intuito de minimizar o consumo: o gerenciamento do balanço hídrico, aliado ao desenvolvimento de campanhas, correções de vazamentos e recuperação de água de equipamentos – rinser, desaerador, filtros de areia e carvão – contralavagem – são apenas algumas dessas iniciativas.

A água utilizada nos processos provém de fontes subterrâneas. Para manter um regime de recuperação natural, respeita-se o tempo de descanso do poço, alte-

rando a utilização entre eles; simultaneamente à realização de manutenções de bombas e limpezas de poços; e a consultoria de recursos hídricos para agregar conhecimento de como preservar a nossa fonte de água, além das orientações necessárias para reduzir o impacto das vulnerabilidades existentes em nosso entorno, para que seja possível devolver ao meio ambiente efluente tratado dentro dos padrões aplicáveis.

Sob essa perspectiva, é importante ressaltar que a Sorocaba Refrescos integra-se à meta mundial estabelecida pelo Sistema Coca-Cola Brasil: atingir a neutralidade em água até 2020, ou seja, devolver às comunidades uma quantidade do recurso natural equivalente à que as unidades venham a utilizar, a partir dos 3Rs: reduzir, reciclar e repor. Para isso, a empresa vislumbra oportunidades de reduções por meio da utilização de embalagens sustentáveis e melhorias em equipamentos, como os de lavagem, de forma a propiciar eficiência com menor consumo de água.

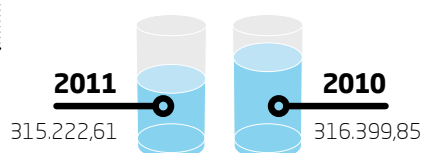
No outro extremo, a água que não possui

condições de recuperação é descartada. Em outras palavras, ela não atende aos padrões de qualidade, inviabilizando o seu tratamento. Conforme diretriz do Sistema Coca-Cola Brasil, o volume de água recuperada não pode ultrapassar a 20% do total utilizado. Em 2011, a empresa implantou um novo sistema de captação de água da chuva que cai em uma cisterna de 10m³ que filtra o líquido para que ela possa ser utilizada.

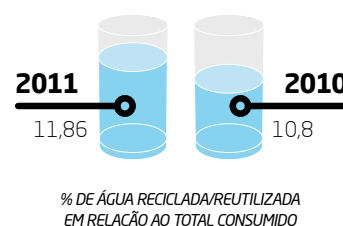
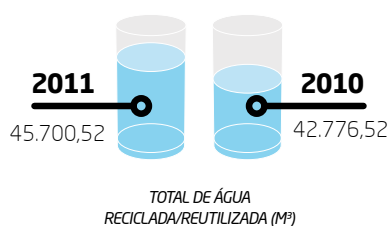
Além disso, faz-se necessário salientar que as ações da Sorocaba Refrescos em prol do meio ambiente não se restringem a água. Como exemplo, cita-se a instalação na frente da empresa – espaço comumente utilizado por fumantes – de um coletor de bitucas de cigarro. A intenção é sensibilizá-los quanto aos efeitos de uma simples bituca no solo e na água.

A empresa também desenvolve bem-sucedidas iniciativas – como exemplo, podemos citar a coleta seletiva ou o plantio de árvores – buscando acirrar a consciência ecológica de toda a sociedade.

CONSUMO TOTAL DE ÁGUA POR FONTE (m³)



ÁGUA REICLADA E REUTILIZADA (m³) (%)

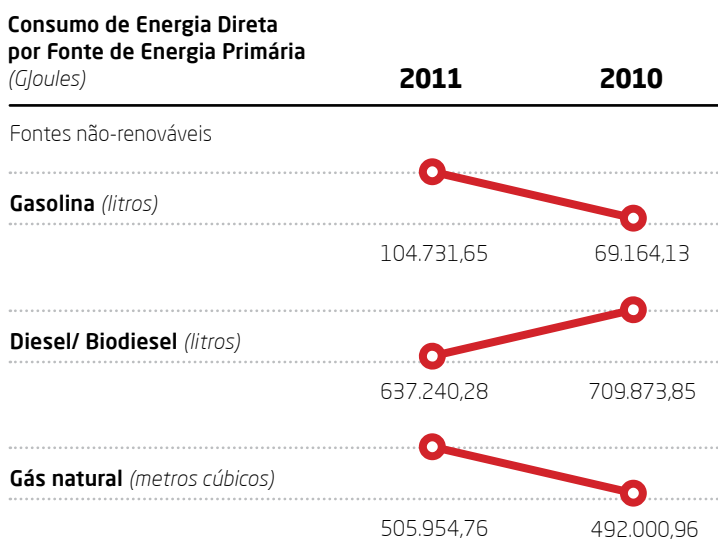
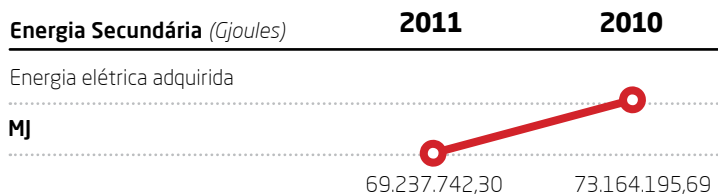


UTILIZAÇÃO DE ENERGIA NA FÁBRICA

ENERGIA

GRI EN3

Parte das geladeiras da Sorocaba Refrescos disponíveis nos clientes contém o dispositivo EMS-55 – inovação patenteada pela The Coca-Cola Company – que possibilita uma economia média de 35% de energia. Com base no fluxo de pessoas e na frequência com que as portas são abertas, sensores identificam quando o estabelecimento está fechado. Durante esse período, o equipamento passa a funcionar em modo *stand by*: as luzes são apagadas e a temperatura fica um pouco mais elevada, sem que isso traga algum prejuízo para o produto. Cerca de duas horas antes da abertura do ponto de venda, a geladeira volta ao modo normal. Outra funcionalidade que merece destaque é o painel, que envia mensagens caso haja alguma falha no funcionamento, ao mesmo tempo em que protege o compressor do risco de superaquecimento. Dessa forma, garante-se o prolongamento da vida útil da geladeira.





COCA-COLA RECICLOU GANHOU

GRI EN27

Em outubro de 2011, a Sorocaba Refrescos foi uma das empresas homenageadas na festa comemorativa pelo décimo aniversário da Cooperativa de Materiais Recicláveis de Itu (Comare), por meio de um vídeo com depoimentos dos cooperados. A parceria com a entidade foi iniciada em 2005 e, desde então, resultados extremamente significativos foram alcançados, convertendo-se em vantagens para todos os envolvidos.

No início deste mesmo ano, a Comare foi contemplada com uma balança rodoviária – patrocinada pelo Instituto Coca-Cola Brasil – que está melhorando a gestão

sobre o volume de venda dos recicláveis. O equipamento tem como objetivo pesar o caminhão e o material juntos. Com a novidade, os materiais saem para venda com peso correto.

Antes disso, a cooperativa já havia recebido uma prensa, um caminhão e novos uniformes, além da ampliação da área coberta do seu centro de triagem em 600m². No ano de 2010, a Sorocaba Refrescos investiu na sinalização da frota da Comare. Em todos os veículos, foi estampada uma frase – “Quer viver melhor? Faça a sua parte, separe seu lixo” – que convida a população a adotar



Troféu Planeta 2009

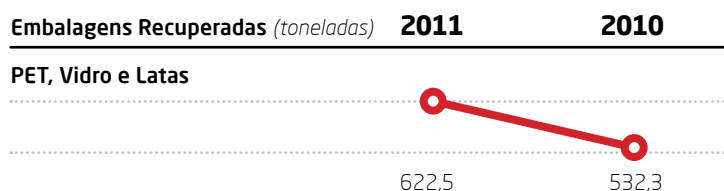
“É possível Separar o Lixo em Grandes Proporções?”



Ampliação da área coberta para 600 m²



Participantes do workshop realizado pela Sorocaba Refrescos visitam a Comareí



esse hábito.

Indiretamente, os benefícios se estendem também a cidade de Itu que, atualmente, consegue separar 40% de todo o resíduo recolhido – mais de 4,5 milhões de toneladas por ano – dos quais 14% são provenientes da Comareí, que realiza a coleta em 100% da área urbana e 30% da zona rural. O índice é equivalente ao de países europeus, como Dinamarca e Holanda. Para tornar isso possível, 18 escolas (públicas e privadas) da cidade, aderiram ao programa de capacitação de agentes socioambientais patrocinado pela Sorocaba Refrescos,

que já atendeu 12 mil estudantes e formou mais de 5 mil alunos do Ensino Médio e 300 professores multiplicadores. Analisando a parceria sob o ponto de vista empresarial, o principal reconhecimento à Sorocaba Refrescos veio com o Troféu Planeta 2009 – idealizado pelo Sistema Coca-Cola Brasil – que premiou o case “É Possível Separar o Lixo em Grandes Proporções?”. Em janeiro de 2010, a Sorocaba Refrescos reuniu integrantes do Instituto Coca-Cola Brasil, representantes de outras franquias brasileiras e da ONG “Doe seu Lixo” para apresentar as diretrizes da parceria com a Cooperativa de

Materiais Recicláveis de Itu (Comareí), iniciada em 2005. O destaque dentre as atividades realizadas no workshop foi a visita à sede da cooperativa, onde sua fundadora – a ambientalista Valéria Rusticci – mostrou todo o processo de trabalho, desde a chegada dos resíduos até a logística de venda. A meta da Sorocaba Refrescos a partir de 2012 é a continuidade no projeto de agentes e multiplicadores socioambientais na cidade de Itu além da expansão do programa Coca-Cola Reciclou Ganhôu para cooperativas de Sorocaba e região.



DESEMPENHO SOCIAL

AMBIENTE DE TRABALHO

SEGURANÇA E SAÚDE

GRI LA6, LA8

Anualmente uma nova equipe toma posse na gestão da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA), que desenvolve relevante trabalho de orientação junto aos colaboradores de diversas áreas, para conscientizá-los quanto à importância do cumprimento das normas de segurança. Para atingir esse objetivo, os cipeiros contam com o suporte do Serviço

Especializado em Segurança e Medicina do Trabalho (SESMT). A CIPA é composta tanto por representantes da empresa quanto dos colaboradores. É importante ressaltar que os eleitos pelo empregador são representantes de todos os colaboradores na CIPA, atingindo-se a participação de 100% dos colaboradores.



Blitz CIPA

PROGRAMA DE AVALIAÇÃO SITUACIONAL (PAS)

A meta do Programa de Avaliação Situacional (PAS) é traçar um panorama do comportamento dos colaboradores por meio de entrevistas mensais realizadas pelos líderes das áreas para avaliar se o trabalhador usa corretamente os EPI's obrigatórios e se os níveis de limpeza e organização

são satisfatórios, além de constatar se todas as recomendações relativas à saúde e segurança ocupacional são cumpridas de forma correta. Desde o seu lançamento, em 2009, a implantação do PAS foi gradativa, mas hoje esse seu processo é aplicável em 100% da organização.



PROGRAMA VIVA MELHOR

A adoção de hábitos saudáveis é crucial para a melhoria da qualidade de vida. Apostando nessa ideia, a Sorocaba Refrescos mantém, desde 2001, o Programa "Viva Melhor", que contempla, entre outras diretrizes, o incentivo à alimentação balanceada, o acompanhamento da saúde, a realização de atividades físicas no ambiente de trabalho, dentre outras ações.

Como parte dessa estratégia, menciona-se a prática de ginástica laboral, três vezes por semana, antes do expediente. Exercícios simples e rápidos ajudam a prevenir – ou reabilitar – doenças ocupacionais e acidentes, além de contribuir para a integração entre os colaboradores aumentando seu nível de satisfação. Na mesma linha, a fim de diminuir as lesões por esforços repetitivos, os colaboradores são orientados periodicamente sobre a importância da ergonomia, ciência cujo objetivo é assegurar o conforto e o bem-



-estar do trabalhador durante a execução de suas atividades profissionais.

No Programa "Viva Melhor", prevenção é, de fato, a palavra de ordem. Preocupada com o bem-estar de seus colaboradores, a Sorocaba Refrescos realiza anualmente a vacinação contra gripe comum. Em 2010, aproximadamente 96% dos colaboradores também foram imunizados contra o vírus H1N1 por meio de um convênio com a MedPlan Sorocaba. Naquela ocasião, a campanha foi dividida em duas etapas, seguindo o mesmo calendário proposto pelo Ministério da Saúde.

Ainda como parte dessa estratégia, destaca-se, no ano seguinte, a aquisição de um moderno aparelho – o único no mercado certificado pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) e que atende as determinações da Resolução



267/2008 do Conselho Nacional de Trânsito (CONTRAN) – para a realização de exames oftalmológicos. O equipamento já está sendo utilizado no ambulatório da empresa e será empregado em toda avaliação médica ocupacional: admissional, periódica, mudança de função, retorno ao trabalho e demissional.

Numa outra frente, a empresa realizou, em 2011, a revitalização do centro de convivência "John Pemberton". A área externa agora conta com várias espreguiçadeiras e a lanchonete recebeu novas mesas, cadeiras e banquetas. O ambiente de TV ganhou novos pufs. O objetivo foi tornar o espaço ainda mais agradável e aconchegante, para que os colaboradores possam relaxar, navegar na internet, estudar ou se reunir com os colegas no intervalo do expediente.



SEMANA SIG: POR UMA EMPRESA MELHOR

Disseminar as diretrizes que integram as políticas de Segurança & Saúde Ocupacional, Segurança de Alimentos, Qualidade e Meio Ambiente. Para alcançar este objetivo, a Semana SIG, é realizada anualmente, apostando em uma programação diversificada.

As atividades realizadas em 2011 levaram a reflexão de que é preciso agir com responsabilidade e consciência dentro de seus processos para melhorar e fortalecer o sistema de gestão da empresa. Neste mesmo ano, pela primeira vez, a Sorocaba Refrescos promoveu o Desafio SIG. Os participantes precisaram responder perguntas sobre o Sistema Integrado de Gestão. Dos participantes, 40 foram sorteados para visitar a fábrica

de cervejas da Heineken Brasil em Jacaréi-SP.

Outra atividade importante foi o lançamento da campanha “Super Fred contra os desperdiçadores”, cujo objetivo é alertar os colaboradores sobre a importância de evitar o desperdício, seja ele no trabalho ou em casa. Para esta ação, foram criados personagens vilões. Cada um representa um tipo de desperdício. Por meio de pequenas atitudes os colaboradores são incentivados a combater esse grupo de desperdiçadores e colaborar com os 3R’s: Reduzir, Reutilizar e Reciclar.

No ano anterior, por sua vez, as atividades foram desenvolvidas a partir da premissa de que “Nossas Atitudes

Fazem uma Empresa Melhor”. Entre os destaques, uma apresentação teatral do Grupo Cricaco (criatividade, cara e coragem), composto por três colaboradores. Ao longo da semana, também foram ministradas várias palestras sobre qualidade, meio ambiente, sexualidade, AIDS e planejamento familiar.

Também em 2010, a “Blitz SIG” aconteceu em todos os turnos e áreas da empresa para testar o conhecimento dos colaboradores. No campo cultural, aconteceu o “Cine Pipoca” – com a exibição de filmes – e o “Show de Talentos”, oportunidade na qual os colaboradores puderam apresentar uma música, dança ou teatro, que contextualizassem a prática das políticas da empresa.



TODOS JUNTOS EM BUSCA DO ACIDENTE ZERO

A Sorocaba Refrescos realiza um contínuo trabalho de conscientização com os colaboradores. Na busca pelo Acidente Zero, foi concluída, em outubro de 2010, a instalação de 101 tacógrafos na frota de motocicletas. Nessas ocasiões, o equipamento emite um aviso luminoso para o piloto e a ocorrência fica registrada na memória, possibilitando que a equipe de segurança do trabalho tome conhecimento da situação. Além de educar o motociclista, a medida contribui para aumentar o tempo de vida da frota, uma vez

que a redução da velocidade implica em menor desgaste.

Simultaneamente foi realizado treinamento para reciclagem de direção defensiva. Colaboradores que utilizam motocicletas nas áreas de RED (Execução Diária Correta), Merchandising e Vendas assistiram a uma palestra que abordou diversos temas relevantes, como condições adversas, comportamento no trânsito, limites de velocidade, equipamentos de segurança e prevenção de colisões.

Convém ressaltar ainda o fortalecimento do projeto de integração institucional voltado aos prestadores de serviços fixos. A iniciativa proporciona maior aproximação, pois fornece informações relevantes acerca da história, diretrizes, conduta, produtos e serviços da empresa, ressaltando a importância dos cuidados com o meio ambiente, segurança do trabalho, além de orientações sobre como se comportar de forma segura durante a realização das atividades.



FOI CONCLUÍDA EM
OUTUBRO DE 2010
A INSTALAÇÃO DE
101 TACÓGRAFOS
NA FROTA DE
MOTOCICLETAS



UNIVERSO - UNIVERSIDADE CORPORATIVA SOROCABA REFRESCOS

GRI LA8, LA10, LA12

Fornecer um feedback aos colaboradores é um compromisso da Sorocaba Refrescos. Para possibilitar o crescimento profissional de seus colaboradores, a Universo (Universidade Corporativa da Sorocaba Refrescos) tem o objetivo de mapear de forma visual e operacional os diversos treinamentos de todas as áreas da empresa. Foram criados nove centros de formação que compõem um amplo “guarda-chuva”.

Dentre os vários programas e treinamentos desenvolvidos, destaca-se o Projeto Universo Jovem Aprendiz – fruto de um convênio com o CIEE (Centro de Integração Empresa - Escola) – que é referência nacional na formulação de programas de estágio e capacitação. O objetivo é preparar adolescentes entre 14 e 24 anos incompletos para o mercado de trabalho.

Na outra ponta, o impacto da Universidade Corporativa pode ser mensurado pelas avaliações de reação e eficácia preenchidas após a realização dos treinamentos e também pela pesquisa de clima organizacional que é realizada a cada dois anos – em 2010 teve adesão de 94% dos colaboradores. O levantamento demonstrou que 83,75% estavam satisfeitos com o fator de desenvolvimento profissional.

Outros índices que ratificam o sucesso da Universo são a fidelidade à Sorocaba Refrescos – que chega a 90,29% dos participantes – sendo que 98,83% deles estão satisfeitos com sua função/papel no trabalho e 91,13% aprovam a conduta da direção da empresa e da diretoria. Já o Sistema Integrado de Gestão (SIG) tem aceitação de 92,08%.



UNIVERSO
UNIVERSIDADE CORPORATIVA SOROCABA REFRESCOS

Um universo de ideias e conhecimento.

Centro de Formação Comercial:

capacita os colaboradores para a excelência na execução de suas funções visando os resultados.

Centro de Formação de Negócios:

voltado aos clientes da Sorocaba Refrescos, ensinando-lhes estratégias que visam melhorar o desempenho do seu ponto de venda.

Centro de Formação de Logística e Distribuição:

visa capacitar e aperfeiçoar tanto o colaborador que ocupa um cargo mais estratégico, quanto aquele de funções mais operacionais.

Centro de Formação Industrial e de Qualidade:

tem como premissa focar na máxima qualidade dos processos e produtos, com o objetivo de capacitar os colaboradores para melhor execução nas práticas produtivas.

Centro de Formação de Saúde, Segurança e Meio ambiente:

o objetivo é incentivar a observação desses temas por parte dos colaboradores.

Centro de Formação Financeiro e Administrativo:

qualificação dos colaboradores que trabalham nessas áreas.

Centro de Formação de Integração:

promove a integração dos colaboradores, desde seu primeiro dia na empresa.

Centro de Formação de Líderes:

oferece treinamento interno e externo para gerentes, coordenadores, supervisores, analistas seniores e plenos.

Centro de Formação de Treinamento Obrigatório:

atende as determinações do Sistema Integrado de Gestão (SIG) da Sorocaba Refrescos, que une quatro políticas da empresa: qualidade, segurança & saúde ocupacional, meio ambiente e segurança de alimentos.

TREINAMENTOS REALIZADOS (horas/colaborador)	carga horária		total de colaboradores		horas por colaborador	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010
CENTRO DE FORMAÇÃO						
Líderes	142	74	50	-	2,84	-
Logística	50	106	312	272	0,16	0,39
Administrativo	423	282	71	83	5,96	3,40
SIG (Sistema Integrado de Gestão)	2796	8157	753	699	3,71	0,11
SESMT (Serviço Especializado em Segurança e Medicina do Trabalho)	689	614	753	699	0,91	0,88
Integração	5424	1264	753	699	7,20	1,81
Comercial	941	614	200	168	4,70	0,49
Industrial	184	204	169	172	1,08	1,19

Investimento Total (em mil R\$)

2011

2010

Treinamento e Desenvolvimento

385.664

281.099

FUNDAÇÃO PRIMEIRO MUNDO

Capacitar os colaboradores é sempre um bom investimento. Apostando nesta ideia, a Sorocaba Refrescos mantém um programa de concessão de bolsas de estudo, em parceria com a Fundação Primeiro Mundo. O benefício está disponível para estudantes de cursos de graduação. Esta é uma das estratégias utilizadas para aumentar o nível de escolaridade e promover o aprimoramento das várias equipes, reforçando as habilidades e competências individuais e coletivas.



Fundação Primeiro Mundo

Resultados	2011	2010
Investimento	47.762	40.910
Número de colaboradores beneficiados	20	17

VALORIZAÇÃO

GRI LA3

REMUNERAÇÃO E BENEFÍCIOS

Como parte de seu compromisso de valorizar os funcionários, a Sorocaba Refrescos preocupa-se em oferecer uma remuneração compatível com o mercado. Mais do que isso, o valor pago aos colaboradores mantém-se acima da média praticada pelas empresas de mesmo porte – tomando-se como base o tempo de operação e o número de empregados – que figuram no guia das 150 melhores. Para estabelecimento de valores, há uma tabela salarial onde são consideradas as funções e o piso estabelecido para cada categoria, sem qualquer distinção de gênero. Quando há negociação coletiva, todos os funcionários são contemplados pelos termos do acordo.

Além do programa de Participação nos Lucros e Resultados (PLR) há ainda o Superação, que oferece remuneração extra e outros prêmios àqueles que superarem

BENEFÍCIOS

Seguro de Vida
Convênio Médico
Assistência Médica
Farmácia, Ótica, Papelaria e Perfumaria
Convênio Odontológico
PLR / Superação
Desconto para compra de produtos da empresa
Centro de Convivência: Lanchonete, computadores com acesso à internet, posto bancário, área de descanso e outros.
Transporte
Cesta Básica
Empréstimo Consignado
Refeição
Grêmio Esportivo

metas internas (veja mais informações na página ao lado). Mas os benefícios não param por aí: todos os colaboradores têm seguro de vida, convênio médico, assistência médica, odontológico, concommitante a descontos em farmácias, papelerias, perfumarias, óticas, dentre outros. A redução de preços também é extensiva à compra de produtos da Sorocaba Refrescos. Numa outra frente, a criação do

Grêmio Kaco, bem como a manutenção de um Centro de Convivência – que dispõe de lanchonete, computadores com acesso à internet, posto bancário, área de descanso, dentre outros atrativos – vem ao encontro dos esforços contínuos para garantir que os funcionários tenham acesso às melhores condições de trabalho e se sintam estimulados a executar as tarefas que lhes são propostas.



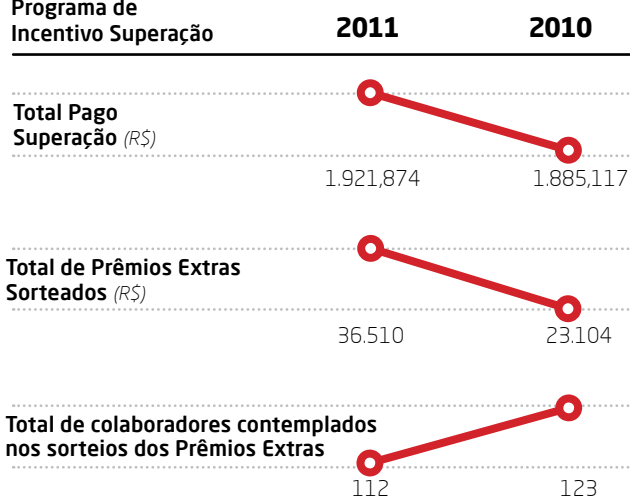
SUPERAÇÃO



SUPERAÇÃO

Para contribuir e obter os melhores resultados por meio de iniciativa de ação e inovação, a Sorocaba Refrescos promove há anos o programa de incentivo “Superação” – através de uma meta global (EBITDA) e metas específicas de cada gerência.

Programa de Incentivo Superação

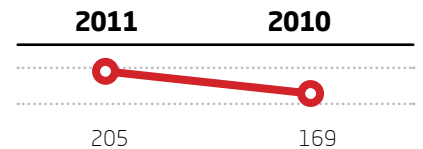


RECONHECIMENTO PROFISSIONAL

A Sorocaba Refrescos entende que o seu principal patrimônio são as pessoas. Logo, valorizar e reconhecer o bom desempenho daqueles que nos ajudam a construir nossa própria história revela-se

uma condição essencial na busca por resultados mais significativos. Como se pode observar, a empresa destaca-se por oferecer oportunidades para que os colaboradores progredam em suas carreiras.

Número de promoções



PAINEL DE FRASES: "AMO MUITO TRABALHAR AQUI"

Em abril de 2010, um painel gigante foi instalado na sede da empresa, às margens da Rodovia Raposo Tavares, com as frases dos colaboradores que participaram do concurso comemorativo, lançado em 2009: a proposta era que eles expres-

sassem, em uma frase, o seu amor pelo trabalho na empresa. O sucesso da campanha foi tão grande que a ação virou um case sendo classificado em 3º lugar no ranking estadual do Prêmio Sesi Qualidade no Trabalho 2010. Aliado a isto, soma-

-se a repercussão extremamente positiva – atribuída ao caráter inovador da iniciativa – nos meios de comunicação, culminando com o destaque obtido em publicações especializadas e também na edição 2010 do Guia 150 Melhores Empresas.

DIÁLOGO COM A ALTA DIREÇÃO

Algumas iniciativas foram implantadas para fortalecer o diálogo entre colaboradores e seus respectivos gerentes, como por exemplo, o "Fale com o Presidente" – em que é possível enviar uma carta para o CEO: a mensagem é depositada em uma urna, da qual só ele tem a chave – e o "Café com Ideias", que, por sua vez, é o momento em que os colaboradores podem dialogar com o Diretor Superintendente. Os encontros são periódicos. Todos estes projetos têm em comum a perspectiva de ser um

canal onde o trabalhador possa manifestar suas opiniões sobre os processos e procedimentos da empresa.

O envolvimento direto do diretor presidente reafirma a política de transparência, endossada por várias outras iniciativas: os gestores também realizam reuniões periódicas para compartilhar os resultados alcançados e metas a serem buscadas que, posteriormente, são afixados em murais internos.



PERFORMANCE

O Programa Performance foi criado para mensurar o desempenho dos consultores de vendas. Para isso, são usados indicadores – como, por exemplo, volume e cobertura de vendas – a partir dos quais são gerados relatórios. Tal sistemática permite que o acompanhamento seja feito diariamente e o colaborador possa identificar as medidas necessárias para atingir o seu objetivo. Cada um deles tem um peso e é pela soma de todos que se chega à pontuação total no final do mês. A cada ano, uma equipe de vendas é homenageada pelo seu desempenho.

PERFORMANCE



É TEMPO DE CELEBRAÇÃO NA SOROCABA REFRESCOS

Como parte das comemorações pelas três décadas e meia de fundação da Sorocaba Refrescos – completadas em 2010 – o analista financeiro Márcio José de Campos foi premiado com uma viagem para Atlanta, cidade sede da Coca-Cola, nos Estados Unidos, com direito a motorista particular e o melhor, todas as despesas pagas, inclusive visto e passaporte.

Acompanhado pela esposa – ele se casou pouco antes do embarque, em maio de 2011 – Márcio visitou o museu da Coca-Cola, que reúne garrafas antigas e peças diferentes. No local, os visitantes podem fazer a degustação dos sabores dos refrigerantes vendidos em diferentes países.

Para concorrer ao prêmio, os colaboradores participaram de um sorteio e tiveram que responder às seguintes perguntas: “Qual empresa leva você para a cidade sede da Coca-Cola?” e “Por que você quer ganhar esta viagem?”. O desejo de obter “um melhor conhecimento da marca da qual faz parte” carimbou o passaporte de seu vencedor.

Márcio José e sua esposa foram levados pela Sorocaba Refrescos à Atlanta



COLEÇÃO DE TALENTOS

Para agradecer o fato de estar, pela segunda vez consecutiva, entre as 150 melhores empresas para se trabalhar, de acordo com o guia elaborado pelas revistas Você S/A – Exame em 2010, a Sorocaba Refrescos prestou uma homenagem bastante criativa aos seus colaboradores, por meio da instalação de um painel de cinco metros no auditório da empresa, onde cada colaborador colou a sua própria figurinha.

A frase em destaque era: “A gente se orgulha de ter uma coleção completa de talentos. É por essas figuras que a Sorocaba Refrescos está, mais uma vez, entre as 150 melhores para se trabalhar no Brasil”. A ação reforça a política de transparência da empresa, ao mesmo tempo em que favorece a interação entre os colaboradores de setores diferentes

*Só uma das
150 melhores
empresas
pode ter figuras
tão importantes!*



A FÁBRICA DE FELICIDADE ESTÁ EM FESTA

Cerca de duas mil pessoas da família Sorocaba Refrescos prestigiaram o aniversário da empresa na festa realizada em agosto de 2011. O evento encerrou o ciclo de atividades da comemoração que teve início em 2010 com o lançamento do selo "35 anos".

Além das atividades de integração familiar, a festa proporcionou momentos de reflexão sobre sustentabilidade por meio do stand "Os Bons são a Maioria" onde as pessoas puderam tirar fotos retrasmittendo mensagens positivas e deixar mensagens no mural dos bons.



... E NA COCA-COLA

Em 2011, a Coca-Cola celebrou seus 125 anos com uma mensagem de esperança: "Existem razões para acreditar. Os bons são maioria. Coca-Cola, 125 anos abrindo felicidade", cujo ponto de partida foram pesquisas que mostram como comportamentos e sentimentos positivos são mais abundantes do que o negativismo. Por exemplo: para cada pessoa dizendo que tudo vai piorar, 100 casais planejam filhos. E, para cada corrupto, existem 8 mil doadores de sangue.

A versão nacional do filme tem ainda uma mensagem especial sobre a sustentabilidade, destacando o comprometimento dos brasileiros com a reciclagem. Enquanto alguns destroem o meio ambiente,

98% das latinhas de alumínio são recicladas no Brasil. O filme também chama atenção pela trilha sonora. Garotos do coro Young People's Chorus, de Nova Iorque, interpretam a canção "Whatever", da banda Oasis.

Na Sorocaba Refrescos, um evento comemorativo contou com a presença do Urso da Coca-Cola: o personagem escolheu um colaborador de cada turno para cortar o primeiro pedaço do bolo. Todos ganharam um kit surpresa e receberam cupons para concorrer ao sorteio de dez exemplares do livro "125 razões para acreditar em um mundo melhor", lançado pela Coca-Cola para marcar a data.



VALORIZAÇÃO DA MULHER...

Com o intuito de valorizar ainda mais a mulher em seu ambiente de trabalho, a Sorocaba Refrescos realiza, todos os anos, diversas atividades em prol da saúde e do bem-estar de suas colaboradoras. Em 2011, a comemoração ao Dia Internacional da Mulher teve como objetivo fortalecer o relacionamento. Sob essa perspectiva, as líderes de cada área entregaram um kit para as integrantes de suas respectivas equipes. A foto de todas as colaboradoras também foi estampada na campanha interna "Não, as mulheres não são todas iguais", que, como o próprio título subentende, valorizou a diversidade. No ano anterior, o foco foi a questão da saúde. Naquela oportunidade, as participantes foram orientadas sobre a importância do autoexame na prevenção do câncer de mama. Simultaneamente, as colaboradoras também puderam conhecer os benefícios da reflexologia, "quick" massagens e hidratação facial. A programação contou ainda com um delicioso café da manhã. No final do evento, todas as colaboradoras participaram de sorteio de diversos brindes e ganharam um lindo relógio Coca-Cola, presente especial da Sorocaba Refrescos.



...E DO HOMEM

Em 2011, a Sorocaba Refrescos também comemorou, pela primeira vez, o Dia do Homem, celebrado em 15 de julho. Durante uma semana, foi realizada uma série de atividades, com o objetivo de estimular os seus colaboradores a adotarem hábitos saudáveis no ambiente laboral e fora dele. Além de palestras, eles puderam fazer consultas e esclarecer dúvidas no Ônibus do Homem, unidade móvel de saúde da Prefeitura de Sorocaba. A população também pode ser atendida nos dois dias em que a unidade esteve na empresa.

Os colaboradores que passaram pelo ônibus concorreram a um Beertender Heineken – choppeira compacta para uso residencial de última geração – e uma bicicleta, prêmios que estimulam o hábito de se reunir com a família, entre amigos e de se exercitar, práticas fundamentais para quem busca qualidade de vida.

Outros brindes foram fornecidos pela empresa como forma de incentivo. No final de todas as palestras foram distribuídos cupons para concorrer ao sorteio de produtos comercializados pela empresa e camisetas de times do futebol Europeu, cujo campeonato é patrocinado por uma de suas marcas, a Heineken, ambos de grande apelo junto ao público masculino.



CAMPEONATO DE PEBOLIM HEINEKEN



Em alguns casos, porém, essa integração ultrapassa fronteiras e aqueles que se consagram por seu bom desempenho podem ter a chance de conhecer outro país, como é o caso dos competidores que disputam a final do campeonato de pebolim, promovido pela Heineken entre suas franquias. Mas, para carimbar o passaporte rumo à Amsterdã, na Holanda, os colaboradores tiveram que demonstrar toda a sua habilidade na final nacional, que, em 2011, foi realizada na Casa Fazenda, em São Paulo.





COPA GRÊMIO KACO DE FUTSAL

COPA GRÊMIO KACO

Emoção dentro e fora das quadras de Futsal. As edições de 2010 e 2011 da Copa Grêmio Kaco contaram, respectivamente, com a participação de 11 e 14 times, mobilizando dezenas de colaboradores, por meio do incentivo à prática do esporte.

Do ponto de vista corporativo, a principal vitória não foi conquistada por um único time, e sim por todos os participantes: o evento contribuiu para a integração de profissionais de diferentes setores, além, é claro, do fortalecimento do espírito de equipe.

NATAL: TEMPO DE CELEBRAÇÃO

Outra data celebrada pela Sorocaba Refrescos foi o Natal. Familiares de colaboradores – com idade entre quatro e seis anos – participaram do concurso “Eu e Coca-Cola Neste Natal”, em que deveriam fazer desenhos relacionados ao verdadeiro sentido do Natal.

O trabalho mais inspirado e criativo foi feito por Maria Júlia Araújo Elias, sobrinha de uma colaboradora. A menina retratou várias situações: a saída do produto da fábrica; a entrega no ponto de venda; a escolha do produto e a chegada da Coca-Cola na mesa de natal do consumidor final. Como prêmio, a garota recebeu a visita do Papai Noel e do Urso da Coca-Cola em sua casa,



além de um Kit de Natal surpresa. Na sede da empresa, por sua vez, a emoção ficou por conta do evento especial de Natal, realizado em 23 de dezembro. A iniciativa partiu de um grupo de colaboradores, que apresentaram a música “Amor de Deus”, da banda Fruto Sagrado. O pastor Fábio Alves e sua equipe de teatro aproveitaram para lembrar o verdadeiro sentido no Natal, a partir da premissa de que “tudo é uma questão de foco”.





COPA DO MUNDO 2010: NA RUA, NA EMPRESA E NA ÁFRICA

Um pouco antes, em junho, a Sorocaba Refrescos se vestiu de verde e amarelo e entrou na torcida pelo hexa, promovendo diversas ações alusivas ao campeonato mundial de futebol. Como é impossível falar do esporte sem lembrar-se do rei, a empresa realizou, entre junho e novembro, a exposição “Pelé Imortal”.

A mostra reuniu, em seu acervo, curiosidades sobre a vida e a trajetória daquele que foi eleito atleta do século por duas vezes, como um vídeo produzido para ensinar os americanos a jogarem futebol. Também foram exibidas camisas originais e autografadas pelo jogador.

Simultaneamente, a promoção “Comemore do Seu Jeito na Sua Rua”, convidou os colaboradores a enfeitarem a sua rua de forma criativa. Para ajudá-los nessa

tarefa, foram distribuídos kits com bandeiras, bonés, cartazes e outros itens da Coca-Cola: os dois vencedores receberam uma televisão de 32 polegadas, um churrasco para 100 pessoas e um kit torcedor.

Nos dias em que o Brasil entrou em campo, a Sorocaba Refrescos preparou três ambientes para que os colaboradores pudessem acompanhar as partidas conforme o estilo do torcedor. Mas as atividades não ficaram restritas ao território brasileiro. Alguns colaboradores foram contemplados com viagens para a África do Sul, para onde também viajou o jovem Luís Henrique Jarra (filho de Claudia Jarra, da Gerência Industrial), que participou da “Clínica do Futebol”.

Para carimbar seu passaporte rumo ao país sede da competição – onde perma-

neceu entre os dias 15 e 20 de junho – o jovem participou de um concurso cultural voltado para familiares de colaboradores. Os interessados deveriam enviar uma foto em que, ao lado do funcionário, representassem uma situação inusitada, inspirada na Copa do Mundo FIFA 2010 com Coca-Cola denominada “Comemore do seu jeito, com Coca-Cola e Futebol”.

Durante o período em que esteve em solo africano, Luís participou do programa de engajamento com crianças carentes nativas: foram realizados jogos, treinamentos, troca cultural, doação de equipamentos de futebol e materiais de educação. Além disso, teve a oportunidade de se aventurar em um safári pelo continente e ainda ganhou ingressos para assistir a uma partida da seleção no estádio.

FAMÍLIA E NATUREZA UNIDAS

Entre 26 e 30 de julho de 2010, aconteceu o tradicional projeto “Visita à Fábrica da Família”, no qual foram realizadas diversas atividades, como, por exemplo, a apresentação do mix de produtos, distribuição de brindes, degustação e a exibição de filmes da Coca-Cola, além de uma sessão de fotos na exposição “Pelé Imortal”.

Além da visita do Urso da Coca-Cola, outro momento simbólico foi a plantação de 35 mudas de Pau Ferro – a quantidade foi definida em alusão às três décadas e meia de sua fundação – na área interna da empresa, em um espaço de dois mil metros quadrados: agora, as árvores levarão entre cinco e dez anos para crescer plenamente.

Com isso, a Sorocaba Refrescos aliou o seu compromisso com a sustentabilidade ao ideal de se aproximar da comunidade, pois, ao mesmo tempo em que a iniciativa contribuiu para preservar a natureza, estimulou a integração dessas famílias entre si e com o meio ambiente, incentivando o despertar da consciência ecológica.



VOLUNTARIADO SOROCABA REFRESCOS

Ajudar o próximo. Fazer o bem. Do ponto de vista estratégico, são vários os benefícios advindos da prática do voluntariado, que melhora o clima laboral e acentua a noção de trabalho em equipe. Todavia, todos eles acabam ficando em segundo plano quando lembramos que o principal legado desse tipo de ação é o fortalecimento do espírito de solidariedade. Enquanto empresa socialmente responsável,

a Sorocaba Refrescos colabora e incentiva diversas causas e instituições, convidando seus colaboradores a fazer o mesmo. A cada benfeitoria realizada, aumenta a nossa vontade de ver um novo sorriso no rosto de uma criança, fazendo renascer a esperança no coração daqueles que necessitam de ajuda. Nesta página, listamos algumas das ações desenvolvidas pela Sorocaba Refrescos ao longo do biênio 2010-2011.



GINCANA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Paralelamente as demais atividades realizadas durante a Semana SIG, a Sorocaba Refrescos realiza, anualmente, a Gincana de Responsabilidade Social, cujo objetivo é a arrecadação de leite. Em 2011, foram arrecadados 2.399 litros – ante 2.000 arrecadados no ano anterior – beneficiando quatro entidades assistenciais da região. Os colaboradores são divididos em equipes e aquela que consegue angariar o maior número de doações recebe um troféu itinerante.

SACOLINHAS DE NATAL

Em dezembro, colaboradores da Sorocaba Refrescos tornaram mais feliz o natal de crianças de zero a oito anos portadoras do vírus HIV/ Aids, atendidas pelo GEPASO (Grupo de Educação à Prevenção Contra Aids em Sorocaba). Elas foram presenteadas com as chamadas "Sacolinhas de Natal", que continham uma peça de vestuário e um calçado, sem esquecer, é claro, do item com o qual todas elas sonham: o brinquedo.

LAR DA MÔNICA: DOAÇÃO DE AGASALHOS E ITENS DE HIGIENE PESSOAL

Além de ser um dos beneficiados com parte do leite arrecadado na Semana SIG, o orfanato Lar da Mônica, em Piedade, foi ajudado pelas "Sacolinhas de Inverno". Colaboradores apadrinharam uma criança ou adolescente doando itens de inverno como luvas, toucas, meias, agasalhos, calçados e cachecol.

A entrega das doações não poderia ter sido mais especial. As crianças foram levadas ao Mc Donald's em Sorocaba e puderam assistir a um show do Ronald Mc Donald's. Famílias de alguns colaboradores da Sorocaba Refrescos também compareceram ao evento. Cabe lembrar ainda que as mais de 40 crianças atendidas pela instituição receberam, no decorrer do biênio 2010-2011, diversos itens de higiene pessoal.

DOAÇÃO DE SANGUE E MEDULA ÓSSEA

A vontade de ajudar o próximo é algo que está, literalmente, no sangue. Pensando dessa forma, a Sorocaba Refrescos, mais uma vez, atendeu ao apelo do Hemonúcleo de Sorocaba, disponibilizando um espaço para que a coleta fosse feita na própria empresa.

Antes de realizar a doação, os colaboradores foram submetidos a testes para medir o nível de glicemia e aferir a pressão arterial, além de uma rápida entrevista com médicos da instituição, que abastece hospitais de toda a região. Numa outra frente, tendo a comunicação interna como principal meio de divulgação, a empresa também estimulou seus colaboradores a se tornarem doadores de medula óssea.



Comunidades

COMUNIDADES



PÉ DE PLANTA: POR UMA CIDADE MAIS VERDE

No início de 2010, a Sorocaba Refrescos firmou parceria com a Prefeitura de Sorocaba para colaborar com o programa "Pé de Planta", assessorado pela ONG Amainam Brasil e Secretaria do Meio Ambiente. A meta do projeto é realizar o plantio de 50 mil mudas de espécies nativas nos parques e em áreas públicas da cidade nos próximos anos.

Numa primeira etapa, a Sorocaba Refrescos doou 100 mudas que foram plantadas no Parque "Maestro Nilson Lombardi", no Jardim Ipiranga, com a participação de alunos da Escola Municipal 'Irineu Leister': desde então, o crescimento tem sido acompanhado pela ONG, que se responsabilizará pelos cuidados necessários para o desenvolvimento das árvores. Outras empresas estão engajadas na ação.



DIA MUNDIAL DA LIMPEZA DE RIOS E PRAIAS

A Sorocaba Refrescos promove, há seis anos, o Dia Mundial de Limpeza de Rios e Praias, ação realizada desde 1986 pela ONG The Ocean Conservancy, para alertar a sociedade sobre a poluição das águas provocada pelo despejo de lixo. No Brasil, a iniciativa acontece há 17 anos em parceria com a Coca-Cola.

Em 2011, os colaboradores e a população realizaram um mutirão que percorreu as margens do córrego Itanguá, na região do Jardim Tatiana, para recolhimento de resíduos. Um ano antes, o local escolhido para a atividade foi o Parque das Águas, localizado no Jardim Abaeté. Naquela ocasião, foram retirados das margens do Rio Sorocaba cerca de 50 kg de resíduos – ante 350 kg retirados em 2009.

Desse total, aquilo que pôde ser reaproveitado retirado foi doado para a Cooperativa de Materiais Recicláveis de Itu (Comare), que mantém uma bem sucedida parceria com a Sorocaba Refrescos. A cooperativa então realiza a separação e, em seguida, encaminha os materiais para reaproveitamento.

Concomitantemente, convém ressaltar que a quantidade de materiais coletados na cidade tem sido menor a cada edição, ratificando o êxito das campanhas de conscientização e outras ações em prol da sustentabilidade. A mobilização é fruto de uma parceria entre empresas, universidades, entidades e poder público local.

HORA DO PLANETA

Em 2011, a Sorocaba Refrescos participou de mais uma edição da Hora do Planeta, ato simbólico promovido no mundo todo pela Rede WWF e apoiado pela Coca-Cola. No dia 26 de março, a empresa apagou as luzes por uma hora e os colaboradores foram estimulados para que também aderissem à ação.



OBSERVANDO OS RIOS

Entender e promover as questões dos recursos hídricos. Com esse objetivo, o sistema Coca-Cola, em parceria com a SOS Mata Atlântica, desenvolve o projeto "Observando os Rios". Um grupo de colaboradores da Sorocaba Refrescos – treinado pela ONG – realiza, mensalmente e de forma voluntária, o monitoramento do Rio Sorocaba.

Os colaboradores fazem a coleta de água em um ponto específico – que fica em frente à praça de eventos de Votorantim – e depois enviam o material para análise. Posteriormente, as informações são divulgadas no site da SOS Mata Atlântica. Dessa forma, é possível saber se as condições da água estão dentro dos parâmetros considerados normais.



Contribuição da Região da Sorocaba Refrescos na semana

2011
2010

34.790

33.659

SEMANA DO OTIMISMO QUE TRANSFORMA

A Semana Otimismo que Transforma é uma das ações da plataforma de desenvolvimento sustentável da Coca-Cola Brasil, que reúne valores e áreas de atuação prioritárias para que a operação da organização esteja em linha com um contexto de desenvolvimento econômico e social que leve em conta a preservação ambiental.

Durante este período, parte da receita obtida com a venda de cada produto – integram o portfólio: refrigerantes, sucos,

água, chás, energéticos e hidrotônicos – é revertida aos programas do Instituto Coca-Cola Brasil. Na região de Sorocaba, uma das cooperativas apoiadas pelo “Reciclou Ganhou” é a Cooperativa de Reciclagem de Itu (Comare).

Em 2011, além da ativação da campanha entre os clientes da Sorocaba Refrescos, os colaboradores foram estimulados a participarem da ação postando sua foto no Mural dos Bons na internet – uma novidade criada para reunir aqueles que

contribuíram durante a semana e se juntaram para mostrar que os bons são a maioria.

Na edição anterior (2010), com o objetivo de ampliar o alcance, a iniciativa ganhou as redes sociais – como Facebook e Twitter – simultaneamente a realização do concurso “Preservação da água”, lançado em parceria com o Camiseteria.com, no qual as pessoas foram convidadas a criar uma estampa inédita sobre o tema.

TRADIÇÃO, CULTURA, ENTRETENIMENTO E MUITO ESPORTE

Reafirmando o seu incentivo à pluralidade de ideias e valores, a Sorocaba Refrescos apoiou uma série de eventos em 2010, incentivando a preservação de tradições (XIV Festa Agropecuária de Pilar do Sul) e o entretenimento (Carnaval de Votorantim). No decorrer de 2011, merecem destaque as várias competições esportivas realizadas na região, nas quais a Sorocaba Refrescos esteve presente:



1º CIRCUITO SUDESTE DE MINI TRIÁTLON

Araçoiaba da Serra foi sede da Etapa Inaugural do 1º Circuito Sudeste de Mini Triátlon. Aproximadamente **1500 pessoas** prestigiaram o evento, que contou com **200 atletas**. Eles competiram em três modalidades esportivas: foram **300 metros de natação, 10 km de ciclismo e 2,5 km de corrida a pé**.



Vida Saudável



PEDALA SOROCABA

Para comemorar o **terceiro aniversário do projeto Pedala Sorocaba** - idealizado pela Prefeitura, em parceria com a Urbes - a população foi convidada a dar um passeio pela cidade, que culminou com uma grande festa no Parque das Águas, que também celebrou a **Semana do Rio Sorocaba**. Entre as atrações, destaque para o **sorteio de bicicletas, oficina de plantio de árvores** e distribuição de mudas.



2ª PROVA PEDESTRE DA CIDADE DE ALUMÍNIO

Aproximadamente **300 competidores** participaram e outras **2.500 pessoas** assistiram à **2ª Prova Pedestre** na cidade de Alumínio. A largada ocorreu na avenida Eng. Antonio de Castro Figueiro, que fica em frente à Prefeitura da cidade. Devido à alta procura, as inscrições foram encerradas antes do previsto.



2º GP DE CICLISMO DA CIDADE DE VOTORANTIM

Participaram da prova **350 atletas**, entre eles ciclistas amadores e profissionais, que percorreram **4,5 km** na Avenida 31 de Março para comemorar o aniversário de emancipação do município.



24 HORAS DE CAMINHADA

A 10ª edição das 24 Horas de Caminhada contou com a participação de **41 grupos**: cada equipe precisou manter pelo menos um integrante na pista durante esse período. No primeiro dia, **4.250 pessoas** de todas as idades, completaram a volta inicial na pista de caminhada "Odilon de Araújo", que tem **1.600 metros de extensão** e fica no entorno do Paço Municipal, no Alto da Boa Vista. No decorrer do desafio, várias atrações - como a apresentação de **academias de ginástica** e a presença de **DJs** - garantiram a animação do público.



1ª CORRIDA DE ARAÇOIABA DA SERRA

Cerca de **200 competidores** participaram da 1ª Corrida de Araçoiaba da Serra. Aproximadamente **1500 pessoas** assistiram ao evento, realizado na Praça Central. O percurso foi de **5 km** e, para os que preferiram uma prova mais leve, houve também a Caminhada de **3 km**, com largada no mesmo local. A prova contou com a participação de **atletas iniciantes, amadores e profissionais**.



PELAS TRANÇAS DE ABADIA: DAS TELAS PARA O PALCO

Em agosto de 2010, cerca de 1.800 crianças da comunidade, que estudam na Rede Municipal de Ensino, compareceram ao teatro do SESI para assistir – gratuitamente – ao musical infantil “Pelas tranças de Abadia”, com patrocínio exclusivo da Sorocaba Refrescos, por meio da lei de incentivo à cultura – ProAc ICMS/SP.

A peça – protagonizada pela atriz Dig Dutra – é uma adaptação de um quadro do programa Zorra Total, da Rede Globo, e aborda, de maneira leve e com muito humor, valores éticos e morais, retratados por meio de músicas e contato com o público. Na história, Patrick (Rodrigo Fagundes), o noivo de Abadia, está

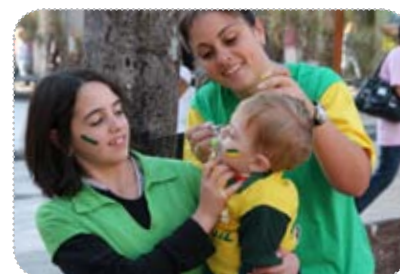
na Amazônia protegendo o meio ambiente e pede ao seu melhor amigo, Gabriel Afonso (Wagner Trindade) para defender sua amada das armadilhas de Brutão, personagem de Jone Brabo. Para os atores, um dos principais diferenciais do espetáculo consiste na interação com as crianças e a proximidade que elas têm com os personagens que, até então, só tinham visto na televisão.



MACS

A Sorocaba Refrescos é a patrocinadora da exposição histórica “Percurso Contemporâneos”, que marca o início das atividades do MACS - Museu de Arte Contemporânea de Sorocaba em sua nova sede. Na mostra, 35 artistas passeiam por três décadas de arte brasileira para demonstrar a riqueza do pensamento e da representação plástica em nosso país. A fabricante do Sistema Coca-Cola também integra um grupo formado por seis empresas, que colaboraram para a construção da sede da entidade, além de contribuir com outras atividades organizadas pelo museu, reafirmando o seu compromisso em facilitar o acesso da população aos bens culturais.





TODOS NUMA SÓ TORCIDA NA COPA DO MUNDO 2010...

Um ambiente gostoso e familiar – fazendo valer o slogan “Comemore do Seu Jeito” – que reuniu os sorocabanos para torcer pelo Brasil. Assim pode ser descrito o projeto “Arena Coca-Cola”, realizado pela Sorocaba Refrescos em todos os jogos da seleção canarinho na Copa do Mundo 2010. Os palcos da festa foram a Praça Coronel Fernando Prestes, no Centro, para os jogos realizados nos dias da

semana e o Parque Campolim, aos sábados e domingos.

Na “Arena Coca-Cola”, um telão de LED, em alta definição, atraía a multidão, que ia se aproximando à medida que uma partida tinha início. Para tornar o ambiente ainda mais agradável, foram distribuídos diversos brindes, além de pipoca e Coca-Cola, ao mesmo tempo em que eram realizadas pinturas de

rosto com temática futebolística. A animação ficou sob responsabilidade de um DJ / VJ.

O projeto – realizado simultaneamente em diversas cidades pelo país – integrou-se à estratégia da Sorocaba Refrescos de aproximar-se da comunidade, por meio da conexão do futebol com a marca Coca-Cola: a empresa foi a patrocinadora oficial da Copa do Mundo FIFA.

... E NA COPA COCA-COLA 2011

Em 2011, mais de 500 times de todo o Brasil se inscreveram para a segunda edição da Copa Coca-Cola, promovida simultaneamente em mais de 20 países. A competição – que conta com o apoio do Ministério da Saúde – tem por finalidade promover o intercâmbio entre equipes de jovens atletas, incentivar o estilo de vida saudável, o espírito de equipe,

a cooperação, além do convívio em família, a amizade e a disciplina.

Os jogos foram disputados em 27 cidades do país. A região esteve representada por oito equipes: Acadêmico Futebol Clube; União São Bento Futebol; Esporte Cidadão. CFEC; Santa Terezinha Futebol Clube; Cen-

tro de Futebol Dimas; Esporte Clube Guadá, Esporte Clube Manchester e ADS Votorantim. Esta última sagrou-se campeã invicta da etapa local da Copa Coca-Cola, e chegou até as quartas de final do campeonato no Rio de Janeiro. Para isso, foi preciso superar dois adversários durante a etapa nacional em São Paulo.

SWU

Conscientizar a população sobre a importância da prática de ações sustentáveis – conforme preconizam o Protocolo de Kyoto e a Conferência de Copenhague – a partir da mudança de hábitos simples do cotidiano. Partindo dessa premissa, o Festival SWU (Starts With You, ou, em português, Começa com Você) trouxe para as cidades de Itu e Paulínia, em 2010 e 2011 respectivamente, grandes nomes da música internacional, como por exemplo, Rage Against the Machine, Linkin Park, The Black Eyed Peas e Snoop Dogg. Patrocinadora das duas edições, a Heineken promoveu uma série de ações para presentear colaboradores e também o público em geral com ingressos para uma área VIP, próxima a um dos palcos.



CARAVANA BAVARIA

Em março de 2011, Sorocaba recebeu a Caravana Bavaria Clássica. Uma das novidades foi o caminhão que passou por diferentes lugares da cidade, entre eles o Centro Hípico Pagliato, no qual foi realizado um show com a dupla Marcelo & Gustavo. Totalmente envelopado e tematizado com o slogan da marca “Bavaria, Sabor de Sexta-Feira”, o caminhão levou para a população diversas atrações, como um touro mecânico e videokê, além das apresentações de duplas sertanejas e degustação da cerveja Bavaria.

PROJETO CORETO DE NATAL EM CAPELA DO ALTO

O Projeto Coreto de Natal é fruto de uma parceria entre a Prefeitura Municipal de Capela do Alto e a Sorocaba Refrescos, que decorou o coreto da cidade, transformando-o em um belo palco para apresentações natalinas como coral, cantata, assistidas por um público estimado de 15 mil pessoas, além da visita do Papai Noel. Com isso, a empresa reafirma seu compromisso de propagar a felicidade e facilitar o acesso aos bens culturais.

CIRCUITO BAVARIA CLÁSSICA DE RODEIO

Em 2011, mais de 30 mil pessoas participaram do Circuito Bavaria Clássica de Rodeio, promovido pelo terceiro ano consecutivo na região, desta vez, em São Roque. Nos pontos de venda foi montada uma ilha decorada com motivos sertanejos e cartazes da promoção “Comprou Ganhou”. O objetivo da ação foi premiar consumidores, que tiveram a chance de escolher entre uma camiseta ou uma ecobag.



CARAVANA DE NATAL COCA-COLA

No biênio 2010 – 2011, a Caravana de Natal da Sorocaba Refrescos visitou sete cidades – Sorocaba, Tatuí, Itu, Itapetininga, Boituva, Itapeva e Votorantim – espalhando alegria e levando o encantamento por onde passou: cinco caminhões ilu-

minados percorreram as ruas, com Papai Noel e o Urso da Coca-Cola, que distribuíram cerca de 360 mil balas pelo trajeto.

Dezessete pessoas estiveram diretamente envolvidas na organização do projeto, que é realizado há dez anos e tem

como objetivo principal contribuir – por meio de um espetáculo de luzes e sons – para resgatar e fortalecer valores como solidariedade, paz e união: a ideia é mostrar que a troca de presentes é um gesto secundário.



AQUECENDO O MERCADO DOS NOSSOS CLIENTES E PARCEIROS

Para criar um ambiente propício à comercialização de alimentos, a prefeitura de Tatuí estabeleceu uma parceria com a Sorocaba Refrescos e construiu a Praça Gastronômica da Santa, inaugurada em agosto de 2010. A iniciativa visou realocar os vendedores ambulantes de alimentos, que atuavam no centro do município, para 18 quiosques fixos no centro comercial da cidade. O investimento da Sorocaba Refrescos engloba a aplicação de mosaicos com motivos da Coca-Cola no topo das mesas, guarda-sóis, geladeiras, cardápios, placas e letreiros luminosos, lixeiras e porta-canudos. No natal de 2011, foi montada a casa do Papai Noel. Durante a passagem da Caravana de Natal, o ilustre morador e o Urso da Coca-Cola tiraram muitas fotos com as crianças e adultos que passavam pelo local.



CONTEÚDO GRI

PARÂMETROS DO RELATÓRIO

GRI 3.1, 3.2, 3.7, 3.11, 3.12

Pela primeira vez, este relatório foi desenvolvido em sintonia ao modelo da Global Reporting Initiative– GRI, nível C. A partir das diretrizes propostas pela organização internacional, o comitê de sustentabilidade da Sorocaba Refrescos foi orientado a fazer o levantamento das informações solicitadas.

Por tratar-se de uma primeira publicação seguindo este modelo, optamos por coletar e consolidar as informações internamente sem a contratação de uma consultoria de verificação externa.

Uma vez constatado este formato de trabalho, a empresa compromete-se a

buscar melhoria contínua visando aperfeiçoar esse processo, a fim de que, em suas próximas versões, os relatos contidos neste documento tenham abrangência e profundidade ainda mais amplas.

Sob essa perspectiva, é importante ressaltar ainda que, as informações aqui apresentadas referem-se ao período compreendido entre 1º de janeiro de 2010 a 31 de dezembro de 2011. Todavia, sempre que necessário, houve a preocupação em aumentar este intervalo, para melhor contextualização. O relatório anterior mais recente foi di-

vulgado no segundo semestre de 2010, referente ao exercício de 2009.

Na outra ponta, apesar da limitação já mencionada, esclarecemos que a organização deste conteúdo – separado em grandes áreas: institucional, econômico, meio ambiente, social, ambiente de trabalho (valorização e qualidade de vida) e comunidade – foi planejada de forma a facilitar o acesso e a compreensão de nossos diferentes públicos. Neste cenário, lembramos mais uma vez que os indicadores aqui apresentados foram verificados e consolidados internamente, sem verificação externa.

CRITÉRIOS PARA OS NÍVEIS DE APLICAÇÃO

		C	C+	B	B+	A	A+
Conteúdo do Relatório	Perfil da G3	Responder aos itens: 1.1; 2.1 a 2.10; 3.1 a 3.8, 3.10 a 3.12; 4.1 a 4.4, 4.14 a 4.15	Com verificação Externa	Responder a todos os critérios elencados para o Nível C mais: 1.2; 3.9, 3.13; 4.5 a 4.13; 4.16 a 4.17	Com Verificação Externa	O mesmo exigido para o Nível B	Com Verificação Externa
	Forma de Gestão da G3	Não Exigido		Informações sobre a Forma de Gestão para cada Categoria de Indicador		Forma de Gestão divulgada para cada Categoria de Indicador	
	Indicadores de Desempenho da G3 & Indicadores de Desempenho do Suplemento Setorial	Responder a um mínimo de 10 indicadores de Desempenho, incluindo pelo menos um de cada uma das seguintes áreas de desempenho: social, econômico e ambiental.		Responder a um mínimo de 20 Indicadores de Desempenho, incluindo pelo menos um de cada uma das seguintes áreas de desempenho: econômico, ambiental, direitos humanos, práticas trabalhistas, sociedade, responsabilidade pelo produto.		Responder a cada Indicador essencial de G3 e do Suplemento Setorial* com a devida consideração ao Princípio da materialidade de uma das seguintes formas: (a) respondendo ao indicador ou (b) explicando o motivo da omissão.	

SUMÁRIO DE CONTEÚDO DA GRI

1. ESTRATÉGIA E ANÁLISE

1.1. Mensagem do Presidente	3
-----------------------------	---

2. PERFIL ORGANIZACIONAL

2.1. Nome da organização	6/7
2.2. Marcas, produtos e/ou serviços	8/9
2.3. Estrutura operacional da organização	10/11
2.4. Localização da sede da organização	8/9
2.5. Número de países em que a organização opera	Não aplicável
2.6. Tipo e Natureza jurídica	6/7
2.7. Mercados atendidos	8/9
2.8. Porte da organização	8/9
2.9. Principais mudanças durante o período coberto pelo relatório	Não aplicável
2.10. Prêmios recebidos no período coberto pelo relatório	16/17

3. PARÂMETROS PARA O RELATÓRIO

3.1. Período coberto pelo relatório	4/5 - 48/49
3.2. Data do relatório anterior mais recente	2/3 - 48/49
3.3. Ciclo de emissão de relatórios	2/3
3.4. Dados para contato em caso de perguntas	2/3
3.5. Processo para definição do conteúdo do relatório	4/5
3.6. Limite do relatório	8/9
3.7. Declaração sobre quaisquer limitações específicas quanto ao escopo ou limite do relatório	48/49
3.8. Base para a elaboração do relatório no que se refere a joint ventures, subsidiárias, instalações arrendadas, operações terceirizadas e outras reformulações	Não aplicável
3.10. Explicação das consequências de quaisquer reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores e as razões para tais reformulações	4/5
3.11. Mudanças significativas em comparação com anos anteriores	4/5 - 48/49
3.12. Sumário de Conteúdo da GRI	48/49

4. GOVERNANÇA, COMPROMISSOS E ENGAJAMENTO

4.1. Estrutura de governança.	10/11
4.2. Indicação caso o presidente do mais alto órgão de governança também seja um diretor executivo	Não aplicável
4.3. Declaração do número de membros independentes ou não-executivos ou dêem orientações ao mais alto órgão de governança	Não aplicável
4.4. Mecanismos para acionistas e empregados fazerem recomendações ao Conselho de Administração	Não aplicável
4.14. Relação de grupos de stakeholders engajados pela organização	4/5 - 10/11
4.15. Base para identificação e seleção de stakeholders engajados pela organização	4/5
Outras informações	
Matriz de Materialidade	Meta desenvolver na próxima publicação.

INDICADORES DE DESEMPENHO GRI

DESEMPENHO ECONÔMICO

• EC1 Valor econômico gerado e distribuído.	18
---	----

DESEMPENHO AMBIENTAL

Aspecto: Energia	
• EN3 Consumo de energia direta discriminado por fonte de energia primária.	22/23
Aspecto: Água	
• EN8 Total de água retirada por fonte.	22/23
• EN10 Percentual e volume total de água reciclada e reutilizada.	22/23
Aspecto: Emissões, Efluentes e Resíduos	
• EN17 Outras emissões indiretas relevantes de gases causadores do efeito estufa, por peso. <i>A Sorocaba Refrescos alinhada à plataforma de sustentabilidade "Viva Positivamente" do Sistema Coca-Cola Brasil vem buscando a melhoria contínua e o aprimoramento da eficiência energética em toda sua operação, desde suas instalações físicas, processos industriais e distribuição de seus produtos, visando à redução do consumo de combustíveis fósseis e controle de emissões causadoras do efeito estufa. Por meio do Sistema de Controle Ambiental a Coca-Cola Brasil - Programa de Proteção da Camada de Ozônio - é feita a contabilização das emissões de GEE da Sorocaba Refrescos e dos demais fabricantes regionais com base em um inventário de toda a sua cadeia de valor. O inventário da Sorocaba Refrescos está sendo elaborado no ano de 2012 e a partir dele será criado um plano de ação com objetivo de mitigar os pontos críticos.</i>	
• EN18 Iniciativas para reduzir as emissões de gases causadores do efeito estufa e as reduções obtidas. <i>A Sorocaba Refrescos investe em manutenção preventiva e realiza testes com opacímetro na frota própria. Numa outra frente, é feita a quantificação anual de emissões provenientes de chaminés. Com base no levantamento GEE que acontece em 2012, outras ações poderão ser implantadas.</i>	
Aspecto: Produtos e Serviços	
• EN27 Percentual de produtos e suas embalagens recuperadas em relação ao total de produtos vendidos, por categoria de produto.	24/25

PRÁTICAS TRABALHISTAS & TRABALHO DECENTE

Aspecto: Emprego	
• LA1 Total de trabalhadores por tipo de emprego e contrato de trabalho	8/9
• LA2 Número total e taxa de rotatividade de empregados por faixa etária, gênero e região	8/9
• LA3 Benefícios oferecidos a empregados de tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou em regime de meio período	32/33
Aspecto: Relações entre os Trabalhadores e a Governança	
• LA4 Percentual de empregados abrangidos por acordos de negociação coletiva <i>100% dos colaboradores da Sorocaba Refrescos em regime de CLT são abrangidos pelos acordos coletivos em suas respectivas classes sindicais.</i>	
Aspecto: Segurança e Saúde no Trabalho	
• LA6 Percentual dos empregados representados em comitês formais de segurança e saúde	26/27
• LA8 Programas de educação, treinamento, aconselhamento, prevenção e controle de risco	26/27 e 30/31
Aspecto: Segurança e Saúde no Trabalho	
• LA10 Média de horas de treinamento por ano, por empregado, discriminadas por categoria funcional	30/31
Aspecto: Diversidade e Igualdade de Oportunidades	
• LA13 Composição dos grupos responsáveis pela governança corporativa e discriminação de empregados por categoria, de acordo com gênero, faixa etária, minorias e outros indicadores de diversidade	8/9

DIREITOS HUMANOS

Aspecto: Trabalho Infantil	
HR6 Operações identificadas como de risco significativo de ocorrência de trabalho infantil e as medidas tomadas para contribuir para a abolição no trabalho infantil. <i>Repudiamos o uso de mão de obra infanto-juvenil – salvo a contratação especial de menor aprendiz, na forma da legislação vigente. Esta exigência também é feita aos fornecedores e prestadores de serviço.</i>	
Aspecto: Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo	
HR7 Operações identificadas como de risco significativo de ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo e as medidas tomadas para contribuir para a erradicação do trabalho forçado ou análogo ao escravo. <i>Repudiamos a exploração do trabalho forçado, análogo ao escravo e/ou não remunerado. Esta exigência também é feita aos fornecedores e prestadores de serviço.</i>	

RESPONSABILIDADE PELO PRODUTO

Aspecto: Saúde e Segurança do Cliente	
PR1 Fases do ciclo de vida de produtos e serviços em que os impactos da saúde e segurança são avaliados e o percentual de produtos e serviços sujeitos a esses procedimentos	20/21
Aspecto: Rotulagem de Produtos e Serviços	
PR5 Práticas relacionadas à satisfação do cliente, incluindo resultados de pesquisas que medem essa satisfação	20/21
Aspecto: Comunicações de Marketing	
PR6 Programas de adesão às leis, normas e códigos voluntários relacionados a comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio <i>Seguimos os padrões de comunicação e marketing da The Coca-Cola company, que atua de forma responsável e proíbe a publicidade direcionada às crianças menores de 12 anos. A decisão está alinhada às diretrizes da Organização Mundial da Saúde (OMS) e metas próprias.</i>	



MÃO NA MASSA

Confira como foi a produção do Relatório de Sustentabilidade 2012 da Sorocaba Refrescos.

Acesse o link:

<http://verbocomunica.com.br/cliente/sorocabarefrescos/>



RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2012

www.sorocabarefrescos.com.br