

Relatório de
Sustentabilidade
2013
Exercício 2012



SOROCABA
REFRESCOS







Relatório de
Sustentabilidade
**SOROCABA
REFRESCOS**
2013
Exercício 2012



CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Presidente: Luiz Lacerda Biagi

Conselheiros: Cristiano Biagi, Giordano Biagi, Renato Barbosa e Gonzalo Carlos Said Handal

CORPO DIRETIVO

Diretor Presidente: Cristiano Biagi

Diretor Superintendente: Claudio Rodrigues

Gerente de Recursos Humanos: Angelo Fanti

Gerente Financeiro: Alessandro Ferreira

Gerente de Planejamento: Luis Gustavo Pisaní

Gerente de Trade Marketing: Ana Táffari

Gerente Comercial: Luciano Albuquerque

Gerente Industrial: Claudia Jarra

Gerente de Logística: Daniel Martins

Contador: Rafael Soares Alves (260790/07)

EXPEDIENTE

Comitê de Sustentabilidade:

Renata Dias de Oliveira, Suzelaine Mendes, Karem Newman, Ana Estela Torelli, Jefferson Correa, Elaine Fiel, Luciane Silva, Meire Ellen da Silva, Osvando Lopes,

Francine Maia, Rafael Alves, Ivani Pinto Rodrigues, Bruna Sulga, Fernando Daurizio e Regina Guirardi.

Coordenação Gráfica e Editorial:

Renata Dias de Oliveira

Produção Editorial: Press Office

Comunicação Integrada

Projeto Gráfico: Verbo Comunicação

Fotos: Elson Yabiku, Fábio Eduardo, Raiza Dias e Arquivos Sorocaba Refrescos

Publicação: Novembro/2013

Periodicidade: Anual

Relatório anterior publicado no ano de 2012 referente ao exercício de 2010/2011.

CONTATO

Sorocaba Refrescos S/A

Rodovia Raposo Tavares, Km 104

Jardim Itanguá - Sorocaba - SP

CEP: 13052-280

A/C: Depto. Comunicação Social

E-mail: comunicação@sorocabarefrescos.com.br

Versão digital acesse:

www.sorocabarefrescos.com.br



Cristiano Biagi
Diretor Presidente

Mensagem do Presidente

Criando valor compartilhado

Seguindo as diretrizes da Visão 2020 da Coca-Cola Brasil, a Sorocaba Refrescos tem percorrido o caminho do ganho de eficiência. Nosso objetivo é dobrar o negócio, reduzindo, porém o impacto ao meio ambiente.

Neste sentido, estamos tendo excelentes resultados na redução do uso de água, além do lançamento de novas embalagens com menor quantidade de matérias primas ou substituindo matérias primas convencionais por outras vindas de fontes renováveis.

Em 2012, ampliamos o programa Coletivo Reciclagem, apoiando mais duas cooperativas, sendo uma em Sorocaba e outra em Porto Feliz, além da parceria com a Cooperativa de Reciclagem de Itu (Comarei), que apoiamos desde 2005.

Continuamos investindo para termos um ótimo ambiente de trabalho e em ações que sejam motivo de orgulho para nossos colaboradores, por meio da implantação de políticas de desenvolvimento e de treinamento.

O Brasil está entrando na era dos grandes eventos esportivos e a Sorocaba Refrescos, assim como a Coca-Cola Brasil, quer deixar legados para o País, promovendo e apoiando eventos que estimulem a prática e consciência esportiva.

Também estamos trabalhando para estarmos mais próximos das comunidades onde atuamos, uma vez que nossa marca está presente em 80% dos lares brasileiros. Em 2013, lançamos em Sorocaba o Coletivo Varejo, que visa à formação de jovens, possibilitando o ingresso no mercado de trabalho de forma mais rápida e qualificada, trazendo mais otimismo para o futuro.

Este relatório resume um período de muitos desafios e superação, que foi o ano de 2012. Mas nossa equipe se mantém firme em nosso foco de crescer de maneira sustentável, com uma visão de valor compartilhado, onde os interesses da empresa convergem com os interesses da sociedade. Afinal, como cita o professor Michael Porter, não é possível ter uma empresa saudável sem uma sociedade saudável. ●

SUMÁRIO

09

A Sorocaba Refrescos

22

Desempenho Ambiental

31

Desempenho Social Interno

21

Desempenho Econômico

24

Desempenho Social Externo

40

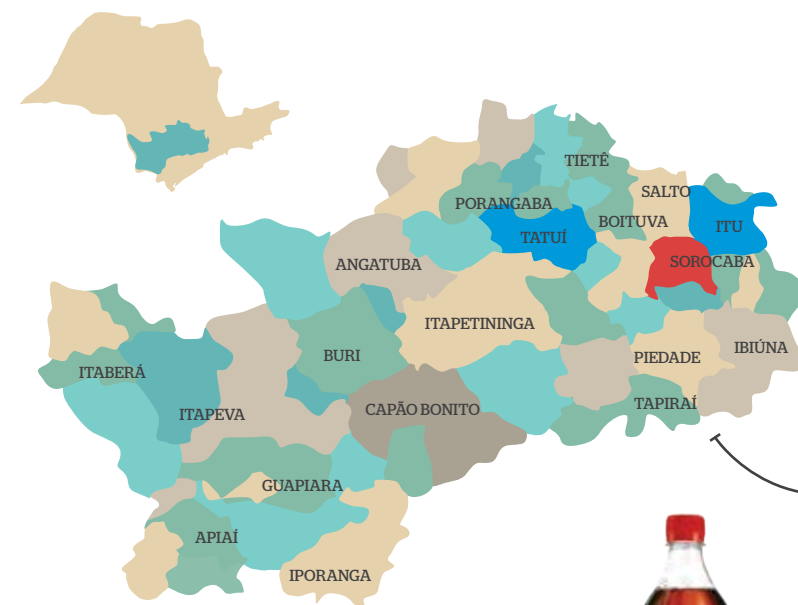
Conteúdo GRI



Nossa Empresa

A Sorocaba Refrescos S/A é fabricante e distribuidora do Sistema Coca-Cola Brasil no interior de São Paulo, produzindo bebidas carbonatadas e não carbonatadas (Del Valle Frut e Ictea da marca Leão Alimentos). A empresa também comercializa todas as marcas de cervejas da Heineken Brasil, além de sucos, néctares e outros produtos não carbonatados da The Coca-Cola Company. Ao todo são mais de 200 produtos de diferentes categorias, nas mais variadas embalagens: garrafa PET, vidro, lata, copos plásticos, Tetra Pak, entre outras.

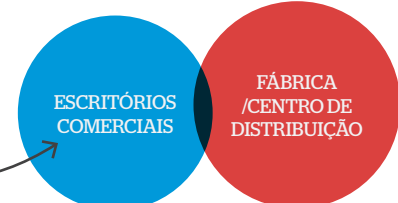
Presente em 60 municípios do interior do Estado de São Paulo, a Sorocaba Refrescos tem suas práticas alinhadas às perspectivas e objetivos estratégicos do mercado de bebidas, direcionadas pela Coca-Cola Brasil. Entre os canais de distribuição da empresa estão às vendas para o Auto Serviço e para o Mercado Frio e Tradicional, tendo como público-alvo todas as pessoas jurídicas da área de atuação da empresa, permitindo um nível de serviço diferenciado, de acordo com a "Fotografia do Sucesso" estabelecida para o canal. ●



SÃO MAIS DE
230
PRODUTOS
DE DIFERENTES
CATEGORIAS,
EM VARIADAS
EMBALAGENS.



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





Clientes e Mercados

A Sorocaba Refrescos segue os padrões da Coca-Cola Brasil na segmentação de clientes, alinhadas às perspectivas e objetivos estratégicos do Mercado de Bebidas. Deste modo, os mercados foram divididos em Vendas Auto Serviço, Venda Mercado Frio e Tradicional (Rota).

Essa segmentação permite um nível de serviço diferenciado, ocasionalmente regulado por contratos de parceria, promovendo a inserção de todos os produtos nos clientes. ●

Diretrizes Sorocaba Refrescos

Com o objetivo de nortear as ações da empresa que geram valor para todas as partes interessadas e promover o desenvolvimento sustentável do negócio, os acionistas em conjunto com a alta direção e com as lideranças

definiram, em 1999, os valores e princípios corporativos da Sorocaba Refrescos. Anualmente essas diretrizes são revisitadas pela alta direção e atualizadas quando necessário. ●



• Negócio

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

• Missão

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

• 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 os nossos clientes e consumidores;
- Valorização dos colaboradores;
- Comprometimento com o Meio Ambiente;
- Relacionamento Saudável com a Comunidade;
- Ambiente seguro aos colaboradores.



Nossas Políticas



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.



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 comunicação interativa entre as partes interessadas e compromete-se em buscar a Melhoria Contínua nos seus processos promovendo identificações proativas 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.



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.



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. ●

Código de Conduta

Os princípios de conduta e valores corporativos que devem ser vivenciados e multiplicados como expressão do comportamento ético com quem a empresa se relaciona estão descritos no Código de Conduta da Sorocaba Refrescos, criado em 2008 e revisado em 2011.

O modelo atual segue as recomendações do IBGC (Instituto Brasileiro de Governança Corporativa) e abrange principalmente os assuntos de: Cumprimento das leis e pagamento de tributos; Operações com as partes interessadas (incluindo acionistas e colaboradores); Uso de ativos da empresa; Conflitos de interesse; Informações privilegiadas; Processos judiciais e arbitragem; Prevenção e tratamento de fraudes; Pagamentos ou recebimentos questionáveis; Recebimento de presentes e favorecimentos; Doações; Atividades políticas; Direito a privacidade; Nepotismo; Meio ambiente; Discriminação no ambiente de trabalho; Assédio moral ou sexual; Segurança no trabalho; Exploração do trabalho infantil ou adulto; Relações com a comunidade; Uso de álcool e drogas.

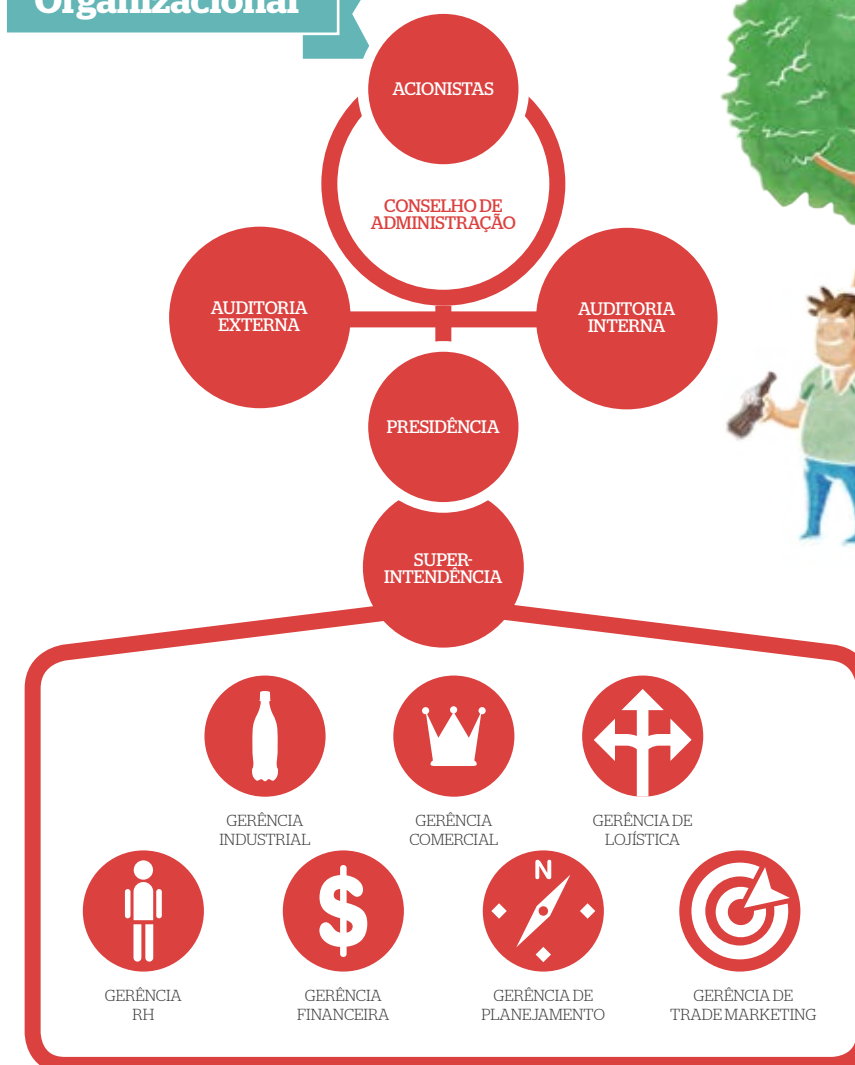
O código é disseminado internamente e é acessível a todos os colaboradores. São disponibilizados canais de comunicação entre os colaboradores e o Diretor Presidente da empresa com o objetivo de relatar assuntos em que há indícios de desvios de conduta, falta de ética ou atitudes não alinhadas aos valores da empresa. ●

Governança Corporativa e Estrutura Organizacional

Com sede na cidade de Sorocaba (SP), a Sorocaba Refrescos S/A é uma empresa brasileira de capital fechado. Sua direção é feita por um Conselho de Administração, composto por cinco membros acionistas, que tem como missão definir as diretrizes estratégicas e a política geral da sociedade, além de verificar e acompanhar a execução das mesmas.

A administração dos negócios e a tomada de decisões são atribuídas à Diretoria, composta por dois membros: Diretor Presidente e Diretor Superintendente. Eles também são responsáveis por defender os interesses da sociedade, de acordo com as competências a eles atribuídas no estatuto social da empresa. ●

Estrutura Organizacional





Nossa força está em nossa gente

Com uma estrutura precisa, nossa força de trabalho está organizada de forma a otimizar o alto desempenho de cada setor. Dividida entre sócios, colaboradores diretos, autônomos, aprendizes, estagiários e terceiros.

A tabela abaixo apresenta a composição da força de trabalho pelo vínculo jurídico e empregatício estabelecido entre os colaboradores e a empresa.

| | Colaboradores Diretos | Colaboradores Terceiros | Estagiários | Aprendizes | % Chefias |
|------------------|-----------------------|-------------------------|-------------|------------|-----------|
| Diretoria | 1 | 2 | 0 | 0 | 100 |
| Comercial | 248 | 2 | 0 | 4 | 6,4 |
| Financeiro | 32 | 4 | 0 | 0 | 20,6 |
| Indústria | 260 | 1 | 0 | 2 | 2,8 |
| Logística | 367 | 1 | 2 | 0 | 2,9 |
| Planejamento | 43 | 1 | 0 | 0 | 13,1 |
| Recursos Humanos | 20 | 1 | 1 | 2 | 15,7 |
| Trade Marketing | 28 | 1 | 0 | 0 | 20 |

Número de Colaboradores



Faixa Etária

*Colaboradores com vínculo empregatício. Excluem aqui os terceiros.

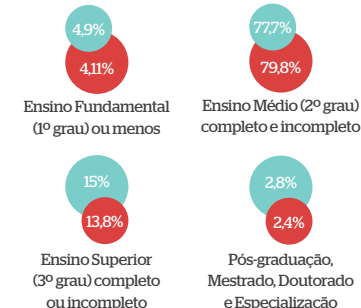


Tempo de empresa

*Colaboradores com vínculo empregatício. Excluem aqui os terceiros.



Grau de Instrução



Rotatividade



Diversidade

| DIVERSIDADE | Homens | | Mulheres | | Abaixo de 30 anos | | Acima de 50 anos | | Homens Negros | | Mulheres Negras | |
|------------------------------|--------|------|----------|------|-------------------|------|------------------|------|---------------|------|-----------------|------|
| | 2012 | 2011 | 2012 | 2011 | 2012 | 2011 | 2012 | 2011 | 2012 | 2011 | 2012 | 2011 |
| Composição dos Grupos | | | | | | | | | | | | |
| Chefia/Coordenação/ Gerentes | 8 | 19 | 6 | 8 | - | 1 | 2 | 1 | - | - | - | - |
| Administrativo | 131 | 70 | 47 | 7 | 106 | 17 | 1 | 5 | - | - | 1 | - |
| Técnica/Supervisão | 82 | 111 | 11 | 43 | 27 | 94 | 5 | 1 | 4 | 3 | - | 2 |
| Operacional | 637 | 547 | 3 | 1 | 347 | 292 | 32 | 30 | 23 | 17 | 1 | - |
| Terceiros | - | - | - | 1 | - | - | - | - | - | - | - | - |

Premiações

Mais do que um reconhecimento, as premiações que a Sorocaba Refrescos vem recebendo ao longo dos anos são reflexos da evolução de suas práticas de gestão e de sustentabilidade.

Em 2012, a empresa conquistou importantes premiações em diferentes áreas.



Qualidade Coca-Cola

Promovido pela Coca-Cola Brasil, o prêmio reconhece as melhores engarrafadoras do país, por meio de critérios como: qualidade intrínseca e percebida, segurança de alimentos, modelo de gestão e de excelência na operação. Mais uma vez a Sorocaba Refrescos foi reconhecida por ter ficado entre as finalistas.

Coke Pit

Com o objetivo de determinar estratégias de vendas em clientes Key Account, o Cokepit é um programa da Coca-Cola Brasil que avalia a performance das equipes de Logística, Customer Service, Trade Marketing e Comercial, por meio de indicadores internos e do resultado do PECS (Programa Evolutivo de Customer Service). A Sorocaba Refrescos está entre as dez franquias melhor avaliadas neste programa.

Melhor Implantação SF Coke

O Sistema de Automação de Vendas SF Coke é uma ferramenta que está sendo utilizada por nove franquias do Sistema Coca-Cola Brasil. Além de ser flexível, permitindo o aprimoramento dos processos, ela disponibiliza informações para os consultores de vendas e possibilita a troca de boas práticas entre os fabricantes. Em 2012, a Sorocaba Refrescos recebeu uma premiação como uma das franquias que mais utiliza as funcionalidades dessa ferramenta.

1º lugar no Estado de São Paulo, Prêmio SESI Qualidade no Trabalho

A Sorocaba Refrescos foi a vencedora da 15ª edição do PSQT - "Prêmio SESI Qualidade no Trabalho 2012", na categoria Cultura Organizacional, com o case "A felicidade que gera resultado". O PSQT está embasado nos fundamentos da excelência do Modelo de Excelência da Gestão® (MEG) da Fundação Nacional da Qualidade (FNQ), que expressam conceitos que se traduzem em práticas encontradas em organizações de elevado desempenho, líderes de classe mundial.

Entre as mais inovadoras no uso de TI

Pelo terceiro ano consecutivo a Sorocaba Refrescos esteve em 2012 entre as 100 empresas mais inovadoras em Tecnologia da Informação (TI). O ranking foi publicado pela revista Information Week, que avaliou três pilares: estratégia, processo e case de inovação. A empresa ficou ainda entre as três melhores companhias do país na área de bens de consumo.

Certificação RED

O Brasil reforçou sua posição de destaque em execução comercial pelo terceiro ano consecutivo no RED AWARDS 2012, um reconhecimento mundial do Sistema Coca-Cola. A Sorocaba Refrescos concorreu com 57 cases de 38 engarrafadoras de 26 países e foi premiada pela expansão do volume coberto pela pesquisa RED de 20% para 53% de volume coberto.

RED AWARDS 2012

Excelência em execução

A Copa Execução, ranking promovido pela Coca-Cola Brasil que reconhece as melhores execuções de mercado do Sistema Coca-Cola teve sua primeira edição em 2011, sendo que a Sorocaba Refrescos foi a grande campeã. Em 2012, a empresa conquistou o segundo lugar e ficou entre os Top5 do Brasil. Além disso, recebeu sete placas de reconhecimento, confirmando seu alto grau de excelência em execução de mercado.

"Procuramos direcionar nossos investimentos para que sejam traduzidos em melhoria de processos, otimização do tempo e criação de valor para nossos clientes e colaboradores."



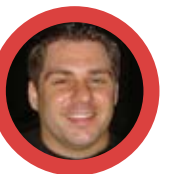
Gerson Luis Agostinho,
Coordenador de
Tecnologia da Informação
da Sorocaba Refrescos

"Investimos nas pessoas com o objetivo de proporcionar momentos marcantes dentro e fora da empresa, para que se sintam felizes e participativas na criação de um futuro melhor."



Cristiano Biagi,
diretor presidente da
Sorocaba Refrescos

"Tanto para Coca-Cola Brasil, quanto para Sorocaba Refrescos, este programa vem fortalecer o contato com nossos clientes, por meio de novas políticas de serviço, visando um melhor atendimento com o menor custo."



Fernando D'Aurizio - Supervisor
Customer Service

Estratégia de Negócios

Aumentar receita, reduzir despesas e custos, modernizar a empresa, fortalecer relações externas, potencializar recursos humanos e satisfazer clientes. Estes são os objetivos que serviram de base para a definição das estratégias de negócio da Sorocaba Refrescos em 2012. Conheça a seguir o desdobramento das estratégias que permearam cada uma das áreas da empresa.



Opinião dos Colaboradores

Índice de Favorabilidade

A empresa dá uma visão clara de para onde está indo e como fazer para chegar lá

82,1

Os objetivos da empresa são claros e bem definidos para os colaboradores

86,5

Os colaboradores conhecem as metas da Sorocaba Refrescos

80,9

Fonte: Pesquisa de Clima Organizacional 2012.



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 por meio 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.



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

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 em relação ao ano anterior dentro do Sistema Coca-Cola; Alavancar cobertura e volume em canais emergentes.



Trade Marketing

Desenvolver o mercado de bebidas prontas para consumo 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 o 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. ●



Logística

Reduzir acidentes e desenvolver as equipes através de treinamentos que melhorem execução das suas atividades; Garantir infraestrutura necessária para atender demanda dos nossos produtos e equipamentos. Apoiar implantação de projetos estratégicos da empresa como, por exemplo, a 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.

Fornecedores

A relação com os fornecedores é essencial para o crescimento sustentável da empresa. Como fabricante do Sistema Coca-Cola Brasil, a Sorocaba Refrescos conta com dois tipos de fornecedores, os homologados pela Coca-Cola Brasil e os homologados pela própria Sorocaba Refrescos.

São considerados homologados pela Coca-Cola Brasil aqueles que fornecem matéria prima, embalagens e materiais que compõem o produto final. Aqueles fornecedores que são prospectados e homologados pela Sorocaba Refrescos estão divididos em três categorias: fornecedores de insumos, prestadores de serviço e fornecedores de materiais ou serviços diversos. Com o objetivo

de auxiliar na interação com potenciais fornecedores, a Sorocaba Refrescos criou o canal "Seja nosso Fornecedor" no site da empresa, por meio do qual é possível descrever os produtos ou serviços que executa e ainda anexar arquivos com apresentações.

Uma postura ética e colaborativa é o que a Sorocaba Refrescos espera de seus fornecedores, cultivando a cultura ganha/ganha em todas as negociações.

Desde 2007 a Sorocaba Refrescos avalia seus fornecedores, tomando como referência os requisitos da Coca-Cola Brasil, que tem como pilares a Qualidade, a Segurança de Alimentos, a Segurança do Trabalho, o Respeito ao Meio-Ambiente e a Responsabilidade Social. ●



Sociedade

Queremos ser um bom vizinho, respeitando os limites potenciais de cada comunidade. Esse é o conceito que define o posicionamento da Sorocaba Refrescos perante as comunidades com as quais a empresa se relaciona nos 60 municípios atendidos pelas operações da empresa.

Uma empresa como a Sorocaba Refrescos não quer incomodar o meio ambiente, pois considera ser este o aspecto mais relevante quando se trata das necessidades

e expectativas de qualquer comunidade. Sua política ambiental vem proporcionando a redução do impacto de suas operações, utilizando cada vez menos os recursos naturais para produção e distribuição de seus produtos.

Os principais impactos com relação a seus produtos, processos, instalações e operações da empresa que podem afetar as comunidades são declarados explicitamente nas suas políticas. ●



Desempenho Econômico

Um ano de desafios e bons resultados

Mesmo com metas gerenciais e de mercado desafiadoras, 2012 foi um ano de excelentes resultados para a Sorocaba Refrescos. A empresa - que atende mais de 11 mil clientes e alcança cerca de 2,3 milhões de consumidores - atingiu um faturamento de R\$ 407 milhões, que representa um crescimento de 11% em relação ao ano anterior. Algumas estratégias contribuíram para este desempenho positivo, como a instalação de 2.315 novas geladeiras na área de abrangência da franquia, a reestruturação do modelo de atendimento ao mercado, melhorando a prestação de serviços aos clientes e os investimentos em materiais de merchandising nos pontos de venda, proporcionando aumento de volume e market share.

No âmbito da governança corporativa, a Sorocaba Refrescos revisou os processos de gestão, agilizando a tomada de decisões, com foco na visão de longo prazo da Coca-Cola Brasil e implantou o estudo de orçamento base zero, detectando oportunidades de redução de despesas. Como resultado da bem-sucedida implementação dessas estratégias, em 2012 a empresa obteve um aumento de 7,7% no volume de vendas de refrigerantes, consolidando o segundo maior crescimento médio, entre todas as franquias do Sistema Coca-Cola Brasil, no período de 2008 a 2012. No entanto, esse expressivo crescimento não se limitou à categoria de refrigerantes. As vendas para os 60 municípios do interior paulista

Em 2012, a Sorocaba Refrescos obteve a recertificação do Sistema de Gestão Integrado e das normas ISO 9001:2008 - Qualidade, ISO 14001:2004 - Meio ambiente e OHSAS 18001:2007 - Saúde e Segurança, ISO 22000:2005 - Programa Segurança de Alimentos com PAS 220:2008 (Programa de Pré-requisitos em Segurança de Alimentos).

atendidos pela franquia também aumentaram nas categorias cerveja (17%) e bebidas não carbonatadas (20%). Para atender essa significativa demanda de mercado, a empresa trabalhou em média, com cerca de 88% de sua capacidade produtiva, resultando em uma operação de altíssima performance para um ano de resultados positivos e crescimento sustentável. ●

Demonstrativo de valor adicionado (em %)

| | | |
|------------------|--------|--------|
| Acionistas | 5,55% | 4,51% |
| Colaboradores | 26,51% | 24,05% |
| Governo | 56,97% | 55,59% |
| Lucro retido | 6,45% | 8,68% |
| Juros e aluguéis | 4,52% | 7,16% |

Valor econômico direto gerado (em R\$ mil)

| | | |
|----------|---------|---------|
| | 2012 | 2011 |
| Receitas | 414.155 | 375.385 |

Valor econômico distribuído (em R\$ mil)

| | | |
|---|---------|---------|
| Custos operacionais | 271.432 | 253.043 |
| Salários e benefícios aos colaboradores | 37.922 | 30.231 |
| Pagamentos ao governo | 81.476 | 69.868 |
| Pagamentos para provedores de capital (acionistas, por ex.) | 7.940 | 5.671 |
| Investimentos na comunidade | 947.011 | 607.772 |
| Valor econômico acumulado (valor econômico gerado menos valor econômico distribuído). | 15.386 | 16.571 |

| | | |
|--|----------------|----------------|
| 1 - RECEITAS | 412.843 | 373.742 |
| 1.1) Vendas de mercadorias, produtos e serviços | 407.923 | 366.796 |
| 1.2) Provisão para devedores duvidosos - Reversão/Constituição | - | 183 |
| 1.3) Não operacionais | 4.920 | 7.129 |
| 2 - INSUMOS ADQUIRIDOS DE TERCEIROS (inclui ICMS e IPD) | 264.972 | 244.039 |
| 2.1) Matérias-primas consumidas | 210.897 | 192.582 |
| 2.2) Custos das mercadorias e serviços vendidos | - | - |
| 2.3) Materiais, energia, serviços, de terceiros e outros | 54.075 | 51.457 |
| 2.4) Perda/Recuperação de valores ativos | - | - |
| 3 - VALOR ADICIONADO BRUTO | 147.871 | 129.703 |
| 4 - RETENÇÕES | 6.159 | 5.657 |
| 4.1) Depreciação, amortização e exaustão | 6.159 | 5.657 |
| 5 - VALOR ADICIONADO LÍQUIDO PRODUZIDO PELA ENTIDADE | 141.712 | 124.046 |
| 6 - VALOR ADICIONADO RECEBIDO EM TRANSFERÊNCIA | 1.312 | 1.643 |
| 6.1) Resultado de equivalência patrimonial | - | - |
| 6.2) Receitas financeiras | 1.312 | 1.643 |
| 7 - VALOR ADICIONADO TOTAL A DISTRIBUIR | 143.024 | 125.689 |
| 8 - DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO * | 143.024 | 125.689 |
| 8.1) Pessoal e encargos | 37.922 | 30.231 |
| 8.2) Impostos, taxas e contribuições | 81.476 | 69.868 |
| 8.3) Juros e aluguéis | 6.459 | 9.004 |
| 8.4) Juros sobre capital próprio e dividendos | 7.940 | 5.671 |
| 8.5) Lucros retidos/prejuízo do exercício | 9.227 | 10.914 |



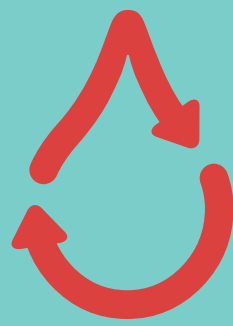
Desempenho Ambiental

Uso eficiente da água

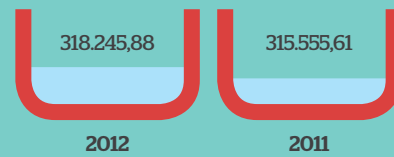
Para a Sorocaba Refrescos, assim como para todo o Sistema Coca-Cola Brasil, a água é um recurso fundamental. Afinal, ela é um ingrediente básico de todas as bebidas produzidas e fonte de vida em nosso planeta.

A Sorocaba Refrescos conseguiu chegar à marca de 1,86 litros de água por litro de bebida. Mas a meta Coca-Cola Brasil é fazer com que até 2020, seja gasto 1,5 litros de água por litro de bebida produzida. Perseguindo essa meta, a Sorocaba Refrescos instalou, em 2012, quatro novos hidrômetros em pontos de

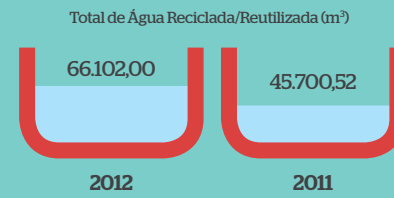
maior consumo da fábrica - prédio administrativo, almoxarifado, centro de distribuição e centro de convivência -, com o objetivo de monitorar e tomar as devidas providências caso o consumo aumente. Aliado a isso, a empresa mantém desde 2011 um sistema de captação de água de chuva para utilização na lavagem de motos, automóveis e caminhões, totalizando 308 veículos por mês. Baseado nos índices pluviométricos da região de 30 anos e na área de telhado de 400 m2 foi instalado um reservatório com capacidade de 10 metros cúbicos.



Consumo Total de Água por Fonte (m³)



Água reciclada e reutilizada (m³) (%)



COLETIVO
RECICLAGEM

Ampliando horizontes

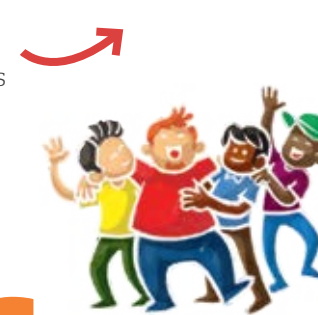
Seguindo a meta estabelecida para 2012, a Sorocaba Refrescos ampliou, por meio do Coletivo Reciclagem, o apoio em infraestrutura e gestão para mais duas cooperativas: a Catares, de Sorocaba e a Monções, de Porto Feliz. Em 2012, elas receberam bags do Instituto Coca-Cola Brasil, utilizado na segregação dos materiais, além do apoio da Sorocaba Refrescos para melhoria da infra-estrutura.

“Cada doação representou um grande avanço para nós, proporcionando mais qualidade de vida para todos os cooperados”

Luciana Pescantini,
presidente da Comarei

“Nós, na Coca-Cola, queremos fazer uma diferença positiva na vida das pessoas. Queremos formar comunidades fortes por meio de parcerias e proteger o meio ambiente”

Bea Perez, diretora executiva de Sustentabilidade (CSO) da The Coca-Cola Company



146 COOPERADOS BENEFICIADOS

64 CATARES • 70 COMAREI • 12 MONÇÕES

R\$ 68.500.000

INVESTIMENTO NAS COOPERATIVAS



Fazendo acontecer

Pioneira na logística reversa, a Coca-Cola apoia diversas cooperativas em todo país. Na área de abrangência da Sorocaba Refrescos, a Cooperativa de Materiais Recicláveis de Itu (Comarei) é parceira desde 2005, apresentando resultados extremamente positivos.

Com os investimentos realizados em infraestrutura e a evolução na gestão, foi possível separar mais materiais e agregar mais cooperados. Em 2011, a Comarei

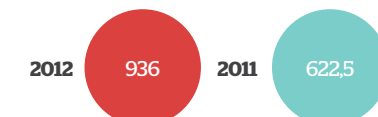
recebeu uma balança rodoviária patrocinada pelo Instituto Coca-Cola Brasil, que proporcionou maior precisão na pesagem e redução das perdas. A cooperativa já havia recebido a doação de uma prensa que possibilitou o aumento do valor de venda das garrafas PET, além de uniformes e bags.

Seu centro de triagem também foi ampliado, passando de 120 para 900 metros quadrados, reduzindo o índice de perda

em 20% e aumentando a renda da cooperativa. Mas o grande diferencial da Comarei é a Educação Ambiental. Para manter o projeto, a cooperativa recebeu em 2012, o valor de R\$12 mil da Sorocaba Refrescos.

Embalagens Recuperadas (toneladas)

PET, Vidro e Latas



Crescer o negócio, não as emissões de carbono

Com o objetivo de controlar e reduzir as emissões dos Gases do Efeito Estufa (GEE) nos diferentes pontos de sua cadeia de valor, a Sorocaba Refrescos realizou em 2012, um estudo para identificar as fontes de emissões de GEE

em todas as suas fases: emissão da fábrica, caminhões, geladeiras e outras. O estudo avaliou as emissões diretas provenientes de fontes pertencentes à empresa e indiretas pelo uso de energia elétrica consumida.

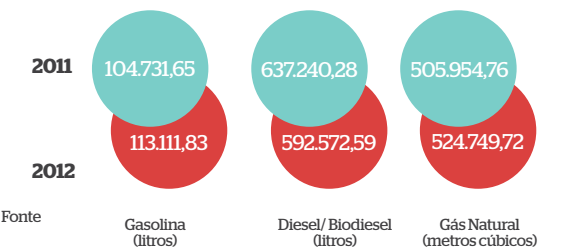
Utilização de energia na fábrica

Energia Secundária (Gjoules) - Energia elétrica adquirida (Mj)



Consumo de Energia Direta por Fonte de Energia Primária (Gjoules)

• Fontes não-renováveis

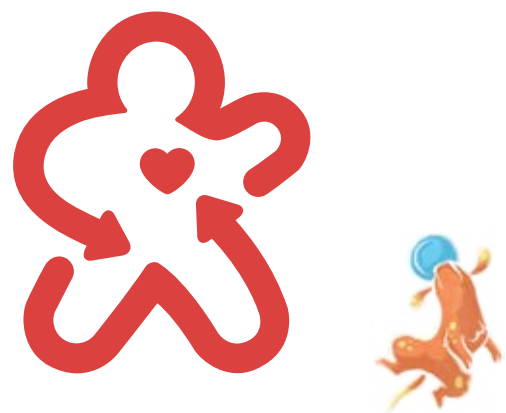


Gasolina (litros)

Diesel/ Biodiesel (litros)

Gás Natural (metros cúbicos)

Desempenho Social Externo



Incentivo ao Esporte

Em 2012 a Sorocaba Refrescos apoiou mais de 30 eventos esportivos realizados nas cidades de Sorocaba, Iperó, Votorantim, Alumínio, Capela do Alto, São Miguel Arcanjo, Sarapuá, Pilar do Sul e Itapetininga, impactando aproximadamente 25 mil pessoas. Todas essas atividades tiveram em comum a inscrição solidária, beneficiando diversas entidades com o valor cobrado dos participantes. Além disso, a Sorocaba Refrescos apoiou o projeto Arremesso do Futuro, criado pelas ex-jogadoras Vânia e Vanira, e realizou mais uma edição da Copa Coca-Cola. ●



QUANTIDADE DE JOVENS IMPACTADOS

2.5 

= 8 TIMES =
E SUAS RESPECTIVAS
TORCIDAS

INVESTIMENTO
R\$ 128.718

COPA
Coca-Cola



A segunda edição da Copa Coca-Cola teve um crescimento de mais de 100% nas inscrições. Oito times masculinos disputaram, em quatro finais de semana, o campeonato, que conta com o apoio do Ministério da Saúde por estimular a adoção de hábitos saudáveis e vida ativa.

“*Só pelo fato desses garotos vivenciarem tudo isso, com esse clima que é proporcionado, é algo que com certeza vai fazer muita diferença no futuro*”

O campeonato é promovido em mais de 20 países, além do Brasil.

A Copa Coca-Cola foi realizada no grêmio esportivo Santa Teresinha, no jardim Bertanha em Sorocaba, e impactou 2,5 mil adolescentes e suas respectivas torcidas. ●

Murilo Pontes Menegueta,
técnico do time de Itararé da
Copa Coca-Cola

Arremesso do Futuro



Dentro e fora das quadras o Arremesso do Futuro é um projeto campeão. Patrocinado pela Sorocaba Refrescos por meio da lei de incentivo ao esporte do Estado de São Paulo, o projeto beneficia 400 crianças que recebem aprendizado de basquetebol nos horários de

contra turno escolar. Idealizado pelas ex-jogadoras Vânia e Vanira, o Arremesso do Futuro complementa a formação das crianças por meio do esporte, do convívio em equipe, da disciplina e do respeito ao próximo. ●

BENEFICIADOS

400
= crianças =
ATENDIDAS PELO
PROJETO

INVESTIMENTO
R\$ 179.975

Dia Mundial de Limpeza de Rios e Praias

Com o objetivo de conscientizar as pessoas sobre o grande problema do lixo nos rios e praias, a Sorocaba Refrescos promove desde 2007 o Dia Mundial de Limpeza de Rios e Praias. Em 2012, o evento foi realizado no Parque das Águas, em Sorocaba, e teve como parceiros o Grupo de Escoteiros Ipanema e a ONG Caturro Navegantes, contando com a participação de mais de

80 voluntários. Ao todo, foram recolhidos cerca de 40 kg de lixo, incluindo entre os recicláveis 5 kg de papelão, 3 kg de garrafa pet, 6 kg de plásticos, 8 kg de papel, 2 kg de isopor e 10 kg de madeira. A ação é realizada desde 1986 pela ONG The Ocean Conservancy e apoiada pela The Coca-Cola Company, para alertar a sociedade sobre a poluição e o lixo dos rios e mares. ●



O evento contou com a participação de:

120 VOLUNTÁRIOS

entre colaboradores da Sorocaba Refrescos
pessoas da Comunidade
Grupo Escoteiro
Polícia Ambiental

Apoio a eventos esportivos e culturais

A Sorocaba Refrescos apoia uma série de eventos incentivando o esporte e a cultura. Dentre os vários eventos de 2012 estão: caminhadas, corridas, passeios ciclísticos, shows, casamento comunitário, entre outros. Mais de 25 mil pessoas participaram desses eventos. ●

Confira na tabela:

| Eventos | Local Previsto | Participantes |
|---|------------------------|---------------|
| 4ª Corrida Cel Pedro Dias de Campos | Sorocaba | 800 |
| Campeonato Votorantinese de Ciclismo 1ª Etapa | Votorantim | 350 |
| 7ª Corrida 47 anos de Iperó | Iperó | 500 |
| Media Paulista de Votorantim de ciclismo | Votorantim | 150 |
| 9ª Corrida Ecológica do Rio Sorocaba | Sorocaba | 1000 |
| Mega Pedala | Sorocaba | 5000 |
| 3ª Corrida da Cidade de Alumínio | Alumínio | 300 |
| Revezamento solidário 20KM | Sorocaba | 500 |
| GP de Ciclismo 2ª Etapa | Capela do Alto | 350 |
| Pedala Trabalhador | Sorocaba | 3000 |
| 1ª Corrida OAB Sorocaba | Sorocaba | 400 |
| 4ª Corrida da Cidade de Alumínio | Alumínio | 300 |
| Volta Ciclística de São Miguel Arcanjo | São Miguel Arcanjo | 650 |
| Meia Maratona de Votorantim | Votorantim | 950 |
| Campeonato Votorantinese de Ciclismo 3ª Etapa | Votorantim | 350 |
| 83ª Corrida de São João | Votorantim | 500 |
| Meia Maratona de Sarapuí | Sarapuí | 500 |
| 1ª Corrida e caminhada OAB | Sorocaba | 1000 |
| Volta Ciclística Manoel Torres | Pilar do Sul a Sarapuí | 300 |
| Corrida Nacional da Saúde | Sorocaba | 1500 |
| Campeonato Votorantinese de Ciclismo 4ª Etapa | Itapetininga | 1000 |
| 1ª Corrida noturna Casa da Espanha | Sorocaba | 500 |
| 11ª Corrida Manchester Paulista | Sorocaba | 600 |
| Corrida dos Dentistas | Sorocaba | 800 |
| Campeonato Votorantinese de Ciclismo 5ª Etapa | Votorantim | 350 |
| 7ª Corrida de Aparecidinha | Sorocaba | 300 |
| Corrida Nacional do doador de sangue | Sorocaba | 500 |
| Campeonato Votorantinese de Ciclismo 6ª Etapa | Votorantim | 350 |
| 6ª Corrida Cartinha de Natal | Sorocaba | 1000 |
| São Silvestrinha | Sorocaba | 1000 |
| TOTAL | | 24.800 |

INVESTIMENTO
R\$ 45.497



“A atitude faz toda a diferença, não adianta ficar apenas no discurso.”

Mariana Bergamo Cacassani,
supervisora de vendas da
Sorocaba Refrescos



Semana Otimismo que Transforma

Durante uma semana no mês de maio, parte da receita obtida com a venda dos produtos Coca-Cola é revertida para os projetos de educação e meio ambiente do Instituto Coca-Cola Brasil. Na região de Sorocaba, são beneficiadas as cooperativas apoiadas no programa Coletivo Reciclagem. ●

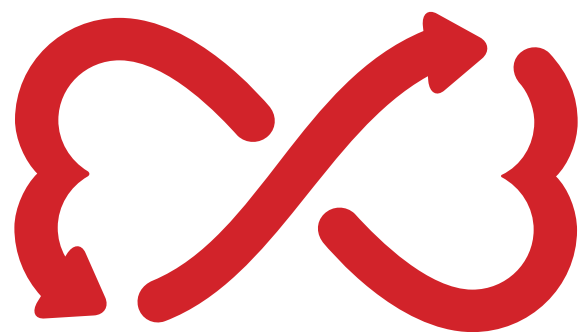


Contribuição da região da Sorocaba Refrescos na Semana

39.050 2012

34.790 2011

33.659 2010



Cine Boa Praça

Em 2012 a Sorocaba Refrescos patrocinou, por meio da lei de incentivo à cultura - ProAC ICMS/SP, o projeto Cine Boa Praça.

A iniciativa, aplaudida e elogiada por pessoas de todas as idades, visa transmitir conhecimento e levar cultura às comunidades da região gratuitamente. com uma gigante tela de cinema inflável, no formato de uma televisão. Quatro filmes foram exibidos gratuitamente ao ar livre, durante os fins de semana, sendo duas sessões no sábado e duas sessões no domingo.

As escolhas dos filmes foram feitas procurando agradar todos os públicos, para que as exibições fossem um programa para a família toda. Além das exibições, de quatro filmes, sendo dois deles nacionais e duas animações internacionais, foram apresentados quatro curtas-metragens. E a diversão cultural não terminava após o fim das sessões.

Os telespectadores podiam participar também de atividades, com premiações, no blog do projeto. ●

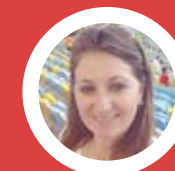


A magia do Natal

A tradicional Caravana de Natal é realizada pela Sorocaba Refrescos desde 2000. Em 2012 visitou nove cidades da área de abrangência da empresa: Sorocaba, Araçoiaba da Serra, São Roque, Itu, Tatuí, Itapetininga, Boituva, Itapeva e Votorantim. Seu objetivo é resgatar a magia do Natal e levar a alegria e um belo espetáculo para pessoas de todas as idades. O projeto foi realizado do dia 1º a 24 de dezembro e teve um crescimento de cerca de 40%, impactando 76.896 pessoas. ●



“É um belo espetáculo que encanta gente de todas as idades. É emocionante ver a reação das pessoas quando a caravana passa.”



Bruna Hernandes Sulga, Analista de promoção e propaganda da Sorocaba Refrescos

29



ITU • SALTO • ITAPEVA,
ITAPETININGA • SOROCABA
• VOTORANTIM •
• SÃO ROQUE • TATUÍ

12MIL

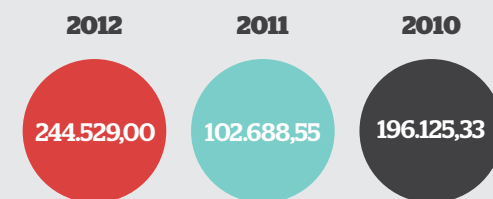
pessoas
foram ao cinema

INVESTIMENTO
R\$306.585

Presença na mídia

A relação com a imprensa é um dos principais canais de consolidação da imagem e reputação para a Sorocaba Refrescos, e a empresa entende que as notícias relacionadas às suas ações impactam simultaneamente todos seus públicos. Durante todo o ano de 2012 a empresa teve uma expressiva presença na mídia regional. ●

Retorn em mídia
expontânea (em R\$ mil)



MACS - Museu de Arte Contemporânea de Sorocaba

A Sorocaba Refrescos patrocinou integralmente a exposição "Percurso Contemporâneo" por meio da lei de incentivo à cultura - ProAC ICMS/SP, realizada de agosto a outubro de 2012.

A exposição marcou o início das atividades no MACS em sua nova sede anexa à Estação Ferroviária de Sorocaba. A exposição contou com mais de 40 obras de 22 artistas e foi a primeira a ocupar o espaço reformado do novo prédio do museu. ●

PASSARAM PELA
exposição
mais de
4000
PESSOAS

INVESTIMENTO
R\$335.215

“Um amplo leque de possibilidades se abre quando encontramos um patrocinador tão empenhado como a Sorocaba Refrescos.”



Cristina Delanhesi,
presidente do MACS

MACS
MUSEU DE ARTE CONTEMPORÂNEA DE SOROCABA





Desempenho Social Interno



Ambiente de trabalho

A Sorocaba Refrescos coloca em primeiro lugar a felicidade e a satisfação de seus colaboradores, propiciando momentos positivos dentro e fora do ambiente de trabalho.

A abrangência dos programas da Sorocaba Refrescos extrapola os muros da empresa, pois os familiares, as entidades e todas as comunidades atendidas são impactados pelas atividades da "Fábrica da Felicidade". Os resultados podem ser observados no clima organizacional, assim como no aumento do trabalho em equipe e fortalecimento do espírito de solidariedade. ●

| Opinião dos Colaboradores | Índice de Favorabilidade |
|--|--------------------------|
| Esta empresa contribui positivamente com a comunidade e com o meio ambiente | 88,7 |
| Tem orgulho de dizer a parentes e amigos que trabalha nesta empresa | 80,0 |
| As pessoas de qualquer idade, raça, cor e opção sexual são tratadas com a mesma justiça e respeito nesta empresa | 88,7 |
| O trabalho que realiza permite sempre aprender coisas novas | 78,46 |

Fonte: Diagnóstico da Pesquisa Guia Você S/A e Exame - As 150 Melhores Empresas para Você Trabalhar 2012

| Opinião dos Colaboradores | Índice de Favorabilidade |
|---|--------------------------|
| Sente orgulho de trabalhar nesta empresa | 96,0 |
| Nesta empresa todos trabalham com segurança, de modo a proteger e promover a saúde e o bem estar das pessoas e do meio ambiente | 87,5 |
| A família aprecia a empresa que trabalha | 93,3 |

Fonte: Pesquisa de Clima Organizacional 2012



Viva Melhor

Criado em 2001 com o objetivo de promover a qualidade de vida dos colaboradores, o programa 'Viva Melhor' foi reformulado em 2012 ao completar 11 anos e teve seu foco ampliado, passando a contemplar Segurança e Comemorações, além da Saúde. Conheça suas atividades:

Segurança do Trabalho

Inspeção de segurança

Uma equipe especializada realiza vistorias contínuas em máquinas e equipamentos para identificar a necessidade de eventuais melhorias na infraestrutura, com o objetivo de garantir que o colaborador execute suas funções com segurança.

Blitz de segurança

Não basta apenas que máquinas e equipamentos estejam operando em perfeitas condições. É importante que o colaborador esteja consciente da necessidade de se proteger. Para certificar que as normas e procedimentos de segurança estejam sendo cumpridas, técnicos percorrem todos os setores da empresa.

Escolinha de segurança

Realizado de três a quatro vezes por ano, esse treinamento convoca todos os colaboradores que em algum momento descumpriram alguma das regras internas de segurança, enfatizando que prevenir acidentes é responsabilidade de todos. A proposta da atividade não é punir e sim conscientizar sobre a importância dos cuidados com a segurança.

Programa Ato Seguro (PAS)

Implantado em 2009, o Programa Ato Seguro (PAS) visa orientar os líderes para avaliar se suas equipes estão obedecendo todas as recomendações que abrangem os procedimentos de saúde e segurança ocupacional. O principal

objetivo deste programa é traçar um panorama do comportamento dos colaboradores, com foco na cultura de prevenção.

Diálogos de Segurança (in loco)

Semanalmente, técnicos da equipe de segurança juntamente com os líderes, percorrem os setores da empresa para fornecer orientações específicas aos colaboradores, de acordo com o grau de risco oferecido em cada atividade.



Saúde

Campanhas de vacinação

Preocupada com o bem-estar de seus colaboradores, a Sorocaba Refrescos promove campanhas de imunização anuais e gratuitas. Em casos específicos, como a prevenção ao vírus H1N1, esse benefício foi estendido também aos familiares, que puderam adquirir a vacina por um valor acessível e pagamento com desconto em folha de pagamento.

Exame Médico Periódico

Anualmente, os colaboradores da Sorocaba Refrescos realizam o exame médico periódico para verificar as condições de saúde. Outro objetivo é identificar se a atividade exercida impacta de alguma forma no bem-estar do colaborador. Caso seja constatada alguma alteração nos resultados, a equipe médica da empresa realiza o encaminhamento a um especialista.



Alimentação

O princípio de ter bons hábitos alimentares e saudáveis se aplica ao restaurante da empresa que, além do prato principal, oferece diversas opções de alimentos. Uma equipe de nutricionistas coordena a criação do cardápio, para garantir uma dieta balanceada e, ao mesmo tempo, saborosa, que contenha todos os ingredientes que o organismo precisa para se desenvolver.

Ginástica Laboral

Três vezes por semana, antes do início da jornada de trabalho, os colaboradores participam da ginástica laboral. A atividade tem 10 minutos de duração e conta com exercícios leves que proporcionam um resultado satisfatório na prevenção e na reabilitação de doenças ocupacionais e de acidentes.

Copa Grêmio Kaco

Realizado anualmente entre os meses de setembro e novembro, esse campeonato de futsal reúne colaboradores das diversas áreas da empresa e em sua etapa final é realizado um evento de confraternização.

Massagens Rápidas

Implantada em 2012 na Sorocaba Refrescos, a Quick Massage é um inovador sistema de massagens rápidas, com duração média de 10 minutos, realizada na própria estação de trabalho do colaborador administrativo. O objetivo é aliviar as tensões da musculatura da região cervical, dorsal e de membros superiores.

Diagnóstico Saúde

A Sorocaba Refrescos, em parceria com o SESI, realizou em 2012 um diagnóstico da saúde de seus colaboradores, buscando detectar doenças precoces. Primeiro, os colaboradores responderam a um questionário sobre o seu estilo de

vida, depois passaram pelo Circuito Saúde. Os resultados do diagnóstico serviram como ponto de partida para o desenvolvimento de novas ações em prol da qualidade de vida.

Informativos periódicos sobre saúde e segurança

Como parte da estratégia de contribuir para o bem-estar de seus colaboradores, a Sorocaba Refrescos destaca durante o ano, nos diferentes canais de comunicação, informações sobre saúde e segurança, com a publicação de orientações no Comunicando e também nos murais internos, espalhados pelos locais de grande circulação dentro da empresa.



Confraternizações

Bodas de Felicidade

Na Sorocaba Refrescos, aqueles que contribuem com a história da empresa merecem uma atenção especial. Por essa razão, colaboradores com pelo menos dez anos de empresa ou que estiverem completando outras bodas (10, 15, 20, 25 anos ou mais), passaram a ser homenageados em um jantar especial.

Dia do Homem

Para celebrar o Dia do Homem, comemorado em 15 de julho, a Sorocaba Refrescos inovou ao criar uma programação com o objetivo de estimular os colaboradores a

adotarem hábitos saudáveis no ambiente de trabalho e fora dele. Em 2012, a programação do evento contou com palestras realizadas em todos os turnos de trabalho, e tiveram como temas "A Saúde Sexual do Homem", "Depender nunca é legal" e "Viva a plenos pulmões", exposição "Homens em ação", que apresentava por meio de painéis de fotos homens no dia a dia de trabalho, cortes de cabelo gratuito, massagens anti-stress além da promoção "Bom de Bola, Bom de Foto", que premiou com kits esportivos os vencedores da promoção que apresentaram por meio de fotos sua paixão e fanatismo pelo time do coração.

“Temos orgulho em dizer que o maior patrimônio da Sorocaba Refrescos são os colaboradores, por isso queremos homenagear o homem, enaltecendo o seu valor no trabalho e na família

Ângelo Fanti, gerente de recursos humanos da Sorocaba Refrescos

Dia da Mulher

A homenagem também se estende a elas, especialmente no mês de março, quando é comemorado o Dia Internacional da Mulher. Todos os anos são realizados vários eventos alusivos ao dia 8 de março, com foco em saúde, beleza e estética, que além de proporcionar momentos descontraídos, favorecem a integração. Em 2012, cerca de 90 colaboradoras participaram da palestra "Vestir-se bem com economia", realizada com o apoio do SESI.

Grêmio Kaco

Os colaboradores que são associados ao Grêmio Kaco podem usufruir de áreas de lazer como: playground, quadra de futsal e de bocha, quiosques com churrasqueiras e lanchonetes.

Confraternizações

Ao longo do ano, várias datas especiais e conquistas são celebradas na empresa com eventos de pequeno ou grande portes, reunindo todos os colaboradores ou apenas grupos específicos. O mais importante é confraternizar e enaltecer o espírito de equipe para alcançar resultados significativos.

Campeonato de Pebolim Heineken

Anualmente a Heineken promove um campeonato mundial de pebolim entre suas franquias. Participam da grande final - disputada em Amsterdã, na Holanda - os colaboradores que forem campeões nas etapas nacionais.

Visita à Fábrica da Família

Com o objetivo de reunir e integrar as famílias dos colaboradores, todos os anos a Sorocaba Refrescos promove a visita à fábrica. Crianças e adultos compartilham momentos especiais no auditório da empresa e na visita à linha de produção, além de degustarem produtos, são recepcionados pelo urso da Coca-Cola. ●

viva
melhor
INVESTIMENTO

R\$ 155.393



Remuneração e Benefícios

Manter a qualidade de vida de seus colaboradores e um ótimo ambiente de trabalho é uma das preocupações da Sorocaba Refrescos. Para tanto, a empresa oferece um pacote de benefícios que contempla: seguro de vida; convênio médico; assistência médica; convênios com farmácia, ótica, papelaria e perfumaria; plano de assistência odontológica

(opcional); participação nos lucros e resultados; desconto para compra de produtos da empresa; centro de convivência com lanchonete, computadores com acesso à internet, posto bancário e área de descanso; transporte; cesta básica; empréstimo consignado; refeição; grêmio esportivo; vacina antigripal; ginástica laboral; *quick massage* entre outros.

Com o objetivo de valorizar seus colaboradores e proporcionar uma remuneração compatível com o mercado de trabalho, a Sorocaba Refrescos faz uma pesquisa de salários, de acordo com a região e os segmentos, dependendo do nível de complexidade de cada função e desenvolve uma tabela salarial, que serve de base para o plano de carreira. ●



COMO FUNCIONA O SUPERAÇÃO

50% EBITDA
RESULTADO GLOBAL DA EMPRESA



50% INDICADORES DE desempenho DE CADA ÁREA



RESULTADO DO **Superação** e premiação

SUPER AÇÃO

Superação

Conhecido no mercado como PLR (Participação nos Lucros e Resultados), o Superação é o programa de resultados da Sorocaba Refrescos que recompensa os colaboradores com até um salário e meio a mais durante o ano, dependendo dos resultados globais da companhia (EBITDA) e das metas estabelecidas pelas áreas. Mensalmente os resultados são apresentados aos colaboradores para que eles possam acompanhar e buscar o melhor desempenho de sua área. Além disso, as áreas que atingem as metas extras do mês participam de sorteios de prêmios. ●



Prêmios totais distribuídos no Programa Superação 2012

| | |
|---|-----------|
| Total pago a título de remuneração variável | 2.989.435 |
| Total de Prêmios Extras | 100 |
| Total pago em Prêmios Extras | 38.689 |



Plano de carreira

A Sorocaba Refrescos considera o crescimento profissional de seus colaboradores por méritos individuais. Por isso, anualmente, sempre na data da sua admissão, os colaboradores são chamados para uma Entrevista de Desenvolvimento, para avaliação das competências exigidas pelo cargo. Essa entrevista resulta em um plano de ação para o respectivo desenvolvimento do colaborador. Oferecendo um ambiente de trabalho saudável,

com segurança e com diversidade, a Sorocaba Refrescos contribui para a troca de experiências e conhecimento compartilhado, valorizando tanto os colaboradores que trazem resultados de forma individual, quanto àqueles que desempenham suas atividades em grupos multidisciplinares. Os cargos na empresa são identificados por níveis e com definição de responsabilidades e possibilidades de ascensão profissional contemplados no plano de carreira. ●

| Opinião dos Colaboradores | Índice de Favorabilidade |
|---|--------------------------|
| A Entrevista de Desenvolvimento contribui para orientar a carreira profissional na empresa | 79,0 |
| Os colaboradores pretendem dar continuidade nos estudos para melhorar o nível de profissão na empresa | 90,7 |
| Os colaboradores acreditam nas chances de alcançar cargos de nível mais elevado | 80,7 |

Fonte: Pesquisa de Clima Organizacional 2012

A fim de reconhecer, desenvolver e oferecer aos colaboradores evolução em sua carreira profissional, a Sorocaba Refrescos mantém estruturado o programa de Recrutamento Interno que determina que a primeira fonte de recrutamento deve ser, sempre que possível, no ambiente interno. ●



RESULTADOS RECRUTAMENTO interno

37%

do total de vagas, foram preenchidas por meio do programa de Recrutamento Interno

63%

vagas abertas, foram preenchidas com candidatos vindos do mercado

A META DE RECRUTAMENTO INTERNO EM 2013 É DE

45%



Desenvolvimento

Universo - Universidade Corporativa da Sorocaba Refrescos

A Universidade Corporativa da Sorocaba Refrescos foi criada com o objetivo de desempenhar a gestão e a multiplicação do conhecimento. Ao promover a difusão do conhecimento para a capacitação técnica e comportamental dos colaboradores e parceiros, alinhados com as normas certificadoras e as necessidades estratégicas do negócio, a empresa cria um diferencial competitivo no mercado. Os treinamentos são mapeados e aplicados de acordo com os respectivos centros de formação. ●



| Centro de Formação | Carga horária total | Total de Colaboradores | Horas por Colaborador |
|---|---------------------|------------------------|-----------------------|
| Líderes | 914 | 60 | 15,24 |
| Logística | 1.544 | 337 | 4,58 |
| Administrativo (Recursos Humanos, Financeiro e Planejamento) | 952 | 83 | 11,46 |
| SIG - Sistema Integrado de Gestão | 3.336 | 878 | 3,80 |
| SESMT - Serviço Especializado em Segurança e Medicina do Trabalho | 1.923 | 878 | 2,19 |
| Integração | 7.937 | 878 | 9,04 |
| Comercial e Trade Marketing | 2.976 | 252 | 11,81 |
| Industrial | 1.171 | 204 | 5,74 |

| Opinião dos Colaboradores | Índice de Favorabilidade |
|---|--------------------------|
| A empresa oferece treinamentos adequados e suficientes para o desempenho das atividades e melhora a produtividade dos colaboradores | 73,6 |

Fonte: Pesquisa de Clima Organizacional 2012

Fundação Primeiro Mundo

Por meio da Universo, a Sorocaba Refrescos mantém um programa de concessão de bolsas de estudo em parceria com a Fundação Primeiro Mundo, afim de aumentar o nível de escolaridade e promover o aprimoramento das várias equipes, reforçando as habilidades e competências individuais, assim como as coletivas, elevando autoestima e possibilitando a formação em cursos técnicos e de graduação.

O valor da bolsa é limitado a 50% do valor da mensalidade do curso, tendo um teto de valor específico para cada modalidade. Para receber o benefício o colaborador interessado passa por um processo seletivo. ●



| | |
|---|---------|
| Investimento total da Sorocaba Refrescos em Treinamento & Desenvolvimento (treinamentos e equipe dedicada a gestão da 'Universo') | 559.332 |
| Número de colaboradores beneficiados pela parceria com a Fundação Primeiro Mundo | 23 |
| Investimento na parceria com a Fundação Primeiro Mundo | 26.590 |



Líder 2020

O que se espera de um líder na visão 2020, que orienta as estratégias de longo prazo da Coca-Cola para a Sorocaba Refrescos?

Para responder essa pergunta, a empresa desenvolveu, em 2012, o programa Líder 2020, que visa o alinhamento da liderança com os valores da empresa nas questões

comportamentais. O programa conta com módulos mensais nos quais são abordados temas sobre o papel do líder na gestão de pessoas. O líder da Sorocaba Refrescos deve inspirar os outros, pensar no todo, focar em resultados, ser especialista na sua área ao mesmo tempo em que deve entender o negócio da empresa, deve ser ético e confiável, e acima de tudo se indignar com a corrupção. ●

2020
SOROCABA
REFRESCOS
no caminho certo



Valores
SOROCABA REFRESCOS
em **AÇÃO**
ENTENDER + PRATICAR

Cultura Organizacional

Como estratégia de fortalecer a cultura da organização e implementar um programa de reconhecimento, a Sorocaba Refrescos lançou em 2012 durante o evento Líder 2020, a campanha Valores em Ação. Quando as pessoas de uma organização entende o negócio, a missão, a visão e os valores, obviamente elas devem vivenciá-las, praticá-las, ou seja, colocá-las em ação. Essa

prática deve começar pela liderança e depois pelos demais através do exemplo. 'Valores em Ação' foi proposto para estimular os bons exemplos dentro da empresa. Por isso ele também é um programa de reconhecimento. Ou seja, os colaboradores indicam aqueles colegas que identificam estarem comprometidos e com atitudes alinhadas aos "Valores em Ação". ●

É HORA DE COLOCAR
Nossos Valores
EM AÇÃO.

TENHO FOCO no Resultado
PRIORIZO ATIVIDADES QUE LEVAM AO RESULTADO
Atendo as urgências
TENHO VISÃO DE CURTO E LONGO PRAZO

Sou COLABORATIVO
CONFIO NO OUTRO
TENHO VISÃO DO TODO
FORMO PARCERIAS COM OUTRAS ÁREAS

TENHO clareza e OBJETIVIDADE
SOU PRECISO
SOU SIMPLES
SOU DIRETO

Sou EMPREENDEDOR
TENHO INCONFORMISMO CONSTRUTIVO
BUSCO MELHORIA CONTÍNUA
AVALIO RISCOS COM VISÃO GLOBAL

Sou INSPIRADOR
LIDERO PELO EXEMPLO
DESENVOLVO E ESTIMULO PESSOAS
DELEGO
ENGAJO

Canais de Comunicação dos Colaboradores

A Sorocaba Refrescos desenvolve soluções em comunicação interna para estreitar as relações, promover integração e difundir cada vez mais o entendimento e os valores organizacionais, por meio da participação, sugestão e exposição de informações que sejam relevantes para os colaboradores. ●



Conheça os meios que os colaboradores contam para se expressarem:

| Programa | Como funciona |
|-------------------------------------|--|
| <p>Fale com o Presidente</p> | Este canal pode ser utilizado pelos colaboradores para fins de esclarecimento de dúvida, elogio, sugestão e denúncia nos casos de desvios de conduta, tanto de colaboradores, como de terceiros ou prestadores de serviço. Cada comunicação recebida é dada a tratativa específica e posteriormente o diretor presidente retorna com a resposta ao colaborador, quando o mesmo se identifica. |
| | Este comitê é composto por um representante do RH e um representante de cada área da empresa que se reúnem bimestralmente para tratar assuntos sobre benefícios, ambiente de trabalho, segurança, meio ambiente e projetos internos. A atribuição do representante do RH é pautar todas as demandas vindas dos representantes das áreas junto ao gerente de RH, a fim de que sejam tomadas ações e estabelecidos planos de melhorias. Os representantes das áreas são responsáveis por trazer informação ao RH e levar informações do RH aos demais colaboradores. |
| | São sete reuniões anuais que ocorrem de março a setembro com grupos de 20 colaboradores de áreas diferentes ou da mesma área. É um meio que a empresa dispõe para que os colaboradores exponham sugestões, pedidos e discutam diversos temas relativos ao negócio da empresa. A cada reunião é gerada uma ata que inclui tabela de planos de ação e periodicamente é divulgada com os respectivos follow-ups nos quadros de aviso. |
| <p>Alerta de Segurança</p> | Por este canal os colaboradores expõem situações onde há riscos de segurança ou de meio ambiente. |

| Programa | Como funciona |
|---|---|
| | É um canal de comunicação que o colaborador utiliza para formalizar suas ideias que visam ações ou projetos para redução de despesas, aumento de receita, melhoria na produtividade e na qualidade dos processos internos, aumento da satisfação dos clientes, melhoria na segurança e qualidade de vida e preservação do meio ambiente. No caso de ideias viáveis que apresentam retorno financeiro, o colaborador recebe 10% do valor que a ideia gerar limitado ao teto de R\$ 50 mil, e as ideias viáveis sem retorno financeiro, o colaborador recebe um kit de participação, além de ter sua imagem divulgada nos meios de comunicação interna. |
| <p>Pesquisa de Clima Interna</p> | A pesquisa de clima é realizada com periodicidade bianual por uma consultoria externa. Os fatores avaliados pelos colaboradores são: imagem da empresa, comunicação, desenvolvimento profissional, remuneração, relacionamento interno, supervisor imediato, função/papel do trabalho, direção/diretoria, benefícios, responsabilidade social, ambiente e condições de trabalho, Sistema Integrado de Gestão e pertencimento. |
| <p>Pesquisa e Diagnóstico de Clima</p> | É a maior pesquisa de clima organizacional do país preparado pela equipe da FIA (Fundação Instituto de Administração) que é aplicada há cinco anos na Sorocaba Refrescos. Além dos níveis de satisfação dos colaboradores, o relatório apresenta comparativos de empresas de todo país. É utilizada para elaboração de novas estratégias de gestão de pessoas. |
| | Os colaboradores contam com este canal para indicar colegas de trabalho que tenham atitudes alinhadas aos 'Valores em Ação' - esses valores foram apresentados pelo diretor presidente em evento no auditório da empresa para todos os colaboradores e estão explícitos por toda a empresa. Por meio de cupons depositados em uma urna, mensalmente são escolhidos até cinco colaboradores indicados para serem reconhecidos durante as reuniões mensais no auditório e nos escritórios regionais. No final de um ciclo é realizado um jantar com os reconhecidos e o diretor presidente da empresa. |
| | Por este canal os colaboradores expõem sugestões e opiniões relacionadas à Segurança do Trabalho. |

Conteúdo GRI

(3.7, 3.10, 3.11, 3.13)

Parâmetros do Relatório

Pelo segundo ano consecutivo, o Relatório de Sustentabilidade da Sorocaba Refrescos foi elaborado utilizando como base o modelo GRI (Global Reporting Initiative), nível C, que é hoje a principal ferramenta de comunicação do desempenho social, ambiental e econômico, além de ser o mais completo e mundialmente difundido. Este relatório compreende o exercício de 2012 e tem por objetivo levar ao conhecimento dos diferentes stakeholders - acionistas, colaboradores, consumidores, comunidades, clientes, fornecedores e governos - as principais ações de sustentabilidade da empresa.

A empresa optou por coletar e consolidar as informações internamente sem a contratação de uma consultoria de verificação externa. No entanto, estamos trabalhando em melhorias contínuas visando aperfeiçoar esse processo, com o objetivo de ampliar cada vez mais a abrangência e profundidade deste documento.

Desde 2004, a Sorocaba Refrescos relata suas ações com os objetivos de aumentar seu vínculo com a sociedade e levar ao conhecimento público suas ações de responsabilidade social.

De 2007 a 2009, a empresa utilizou o modelo do Balanço Social do

IBASE (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas) - que é um demonstrativo que reúne um conjunto de informações dirigidas aos empregados, acionistas e à comunidade.

Em 2012, a Sorocaba Refrescos editou uma publicação bianual inspirada e direcionada pelas diretrizes GRI (Global Reporting Initiative) nível C, sem auditoria externa, relatando suas ações ao longo de 2010 e 2011. Esse documento passou a ser chamado Relatório de Sustentabilidade, elevando seu patamar de qualidade e profundidade ●



Sumário de Conteúdo da GRI

| 1. ESTRATÉGIA E ANÁLISE | |
|---|---|
| 11. Mensagem do Presidente | 7 |
| 2. PERFIL ORGANIZACIONAL | |
| 21. Nome da organização | 09/13 |
| 22. Marcas, produtos e/ou serviços | 09 |
| 23. Estrutura operacional da organização | 13 |
| 24. Localização da sede da organização | 09 |
| 25. Número de países em que a organização opera | Não aplicável |
| 26. Tipo e Natureza jurídica | 9/13 |
| 27. Mercados atendidos | 9/11 |
| 28. Porte da organização | 9 |
| 29. Principais mudanças durante o período coberto pelo relatório | Não aplicável |
| 210. Prêmios recebidos no período coberto pelo relatório | 16/17 |
| 3. PARÂMETROS PARA O RELATÓRIO | |
| 31. Período coberto pelo relatório | 06/40 |
| 32. Data do relatório anterior mais recente | 06/40 |
| 33. Ciclo de emissão de relatórios | 06 |
| 34. Dados para contato em caso de perguntas | 06 |
| 35. Processo para definição do conteúdo do relatório | 40 |
| 36. Limite do relatório | 09 |
| 37. Declaração sobre quaisquer limitações específicas quanto ao escopo ou limite do relatório | 40 |
| 38. Base para a elaboração do relatório no que se refere a joint ventures, subsidiárias, instalações arrendadas, operações terceirizadas e outras reformulações | Não aplicável |
| 310. Explicação das consequências de quaisquer reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores e as razões para tais reformulações | 40 |
| 311. Mudanças significativas em comparação com anos anteriores | 40 |
| 312. Sumário de Conteúdo da GRI | 41 |
| 4. GOVERNANÇA, COMPROMISSOS E ENGAJAMENTO | |
| 41. Estrutura de governança. | 13 |
| 42. Indicação caso o presidente do mais alto órgão de governança também seja um diretor executivo | Não aplicável |
| 43. Declaração do número de membros independentes ou não-executivos ou dêem orientações ao mais alto órgão de governança | Não aplicável |
| 44. Mecanismos para acionistas e empregados fazerem recomendações ao Conselho de Administração | Não aplicável |
| 414. Relação de grupos de stakeholders engajados pela organização | 11 |
| 415. Base para identificação e seleção de stakeholders engajados pela organização | 11 |
| Outras informações | |
| Matriz de Materialidade | Meta desenvolver para a próxima publicação. |



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 |
| | 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. |



Indicadores de Desempenho GRI

| DESEMPENHO ECONÔMICO | |
|---|-------|
| • EC1 Valor econômico gerado e distribuído. | 21 |
| DESEMPENHO AMBIENTAL | |
| Aspecto: Energia | |
| • EN3 Consumo de energia direta discriminado por fonte de energia primária. | 23 |
| Aspecto: Água | |
| • EN8 Total de água retirada por fonte. | 22 |
| • EN10 Percentual e volume total de água reciclada e reutilizada. | 22 |
| 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 de GEE da Sorocaba Refrescos elaborado em 2012 apresentou resultado abaixo do limite considerado adequado ao meio ambiente.</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.</i> | |
| Aspecto: Produtos e Serviços | |
| • EN27 Percentual de produtos e suas embalagens recuperadas em relação ao total de produtos vendidos, por categoria de produto. | 22 |
| PRÁTICAS TRABALHISTAS & TRABALHO DECENTE | |
| Aspecto: Emprego | |
| • LA1 Total de trabalhadores por tipo de emprego e contrato de trabalho | 15 |
| • LA2 Número total e taxa de rotatividade de empregados por faixa etária, gênero e região | 15 |
| • LA3 Benefícios oferecidos a empregados de tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou em regime de meio período | 34 |
| 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 <i>A CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes) é composta tanto por representantes da empresa quanto dos colaboradores. Os eleitos pela empresa são representantes de todos os colaboradores na CIPA, atingindo-se a participação de 100% dos colaboradores.</i> | |
| • LA8 Programas de educação, treinamento, aconselhamento, prevenção e controle de risco | 32/36 |
| Aspecto: Segurança e Saúde no Trabalho | |
| • LA10 Média de horas de treinamento por ano, por empregado, discriminadas por categoria funcional | 36 |
| 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 | 13/15 |

| 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 | 12 |
| 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> | |



Relatório de
Sustentabilidade
**SOROCABA
REFRESCOS**
2013
Exercício 2012



www.sorocabarefrescos.com.br