

COCA-COLA ANDINA

DAY

Coca-Cola **ANDINA**



SANTIAGO
2015



miércoles
26 agosto
2015

COCA-COLA ANDINA | miércoles DAY 26 agosto 2015

Agenda

8:30 - 9:30

Desayuno y Bienvenida en las oficinas corporativas de Coca-Cola Andina

Presentaciones de Miguel Ángel Peirano, VPE y José Luis Solorzano, Gerente General Chile

9:45 - 13:00

Salida a Mercado, Santiago.

13:30 - 15:00

Almuerzo en planta de producción Renca.

15:30 - 17:30

Visita a Planta Renca y Fábrica de la Felicidad.





Coca-Cola ANDINA
Chile

Comité de Emergencias Edificio Corporativo

Agosto 2015



Comité de Emergencias Edificio Corporativo

COORDINADOR DE GRUPO



Carolina Hopfenblatt

GUÍA DE GRUPO



Paula Vicuña



RECOMENDACIONES PARA TENER EN CUENTA DURANTE LA EVACUACIÓN

- **Mantener la calma en todo momento**, pensando con claridad, actuando ante la emergencia con la mayor rapidez y sensatez posible.
- Evitar demoras para recoger objetos personales, tomándose únicamente aquellos que sean imprescindibles.
- **Seguir instrucciones de los integrantes del Comité de Emergencia (Guía y Coordinador).**
- Las personas evacuadas deben seguir la fila detrás del guía de grupo.
- No deben separarse de la fila bajo ningún concepto, sin adelantarse ni retrasarse.
- **Caminar hacia la salida asignada, no correr.**
- **No permanecer obstruyendo la salida.**



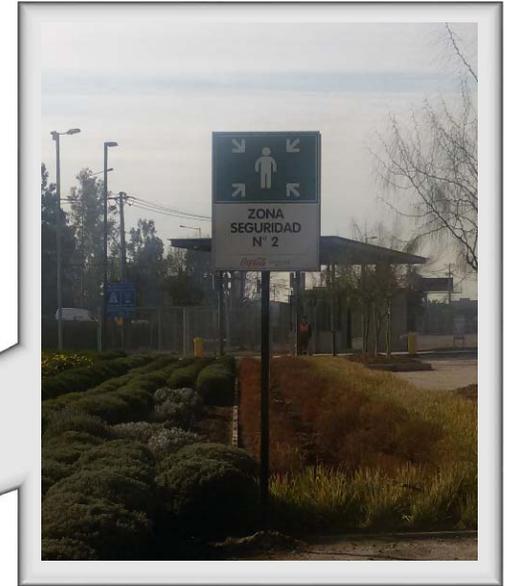
RECOMENDACIONES PARA TENER EN CUENTA DURANTE UNA EVACUACIÓN

- No se debe permitir correr, gritar, empujar u otro tipo de actos inconvenientes.
- **No se deberá usar los ascensores por ningún motivo durante la emergencia.**
- Se debe bajar las escaleras caminando, no correr. Durante el descenso, se deben sujetar al pasamanos de la misma, bajando los escalones de uno en uno. Se debe dejar un costado de la escalera para la circulación del personal que actúa contra el siniestro.
- En lo posible, quitarse los zapatos con tacos, (mujeres) de manera que la persona evacuada no encuentre un impedimento en sí misma.
- **No se debe permitir el ingreso de ninguna persona a la zona evacuada.**



Zona de Seguridad Edificio Corporativo Andina

ZONA DE SEGURIDAD





Recomendaciones en Visita de Mercado.

- Mantener en todo momento el grupo unido, cerca y con atención permanente. No deben separarse del grupo bajo ningún concepto, sin adelantarse ni retrasarse.
- Evitar demoras por desorden o distracciones, poner foco en la visita y su desarrollo.
- En caso de emergencia, **seguir las instrucciones de los encargados del grupo (Encargado Andina por Van).**
- Bajar de la van de forma pausada. Durante el descenso, se deben utilizar la manija de sujeción.
- En lo posible para la visita a terreno, quitarse los zapatos con tacos, (mujeres) de manera que la persona no encuentre un impedimento en sí misma en la visita.



Coca-Cola **ANDINA**
Chile

Comité de Emergencias Edificio Corporativo

Agosto 2015

COCA-COLA ANDINA

DAY

Coca-Cola **ANDINA**



SANTIAGO
2015



2015

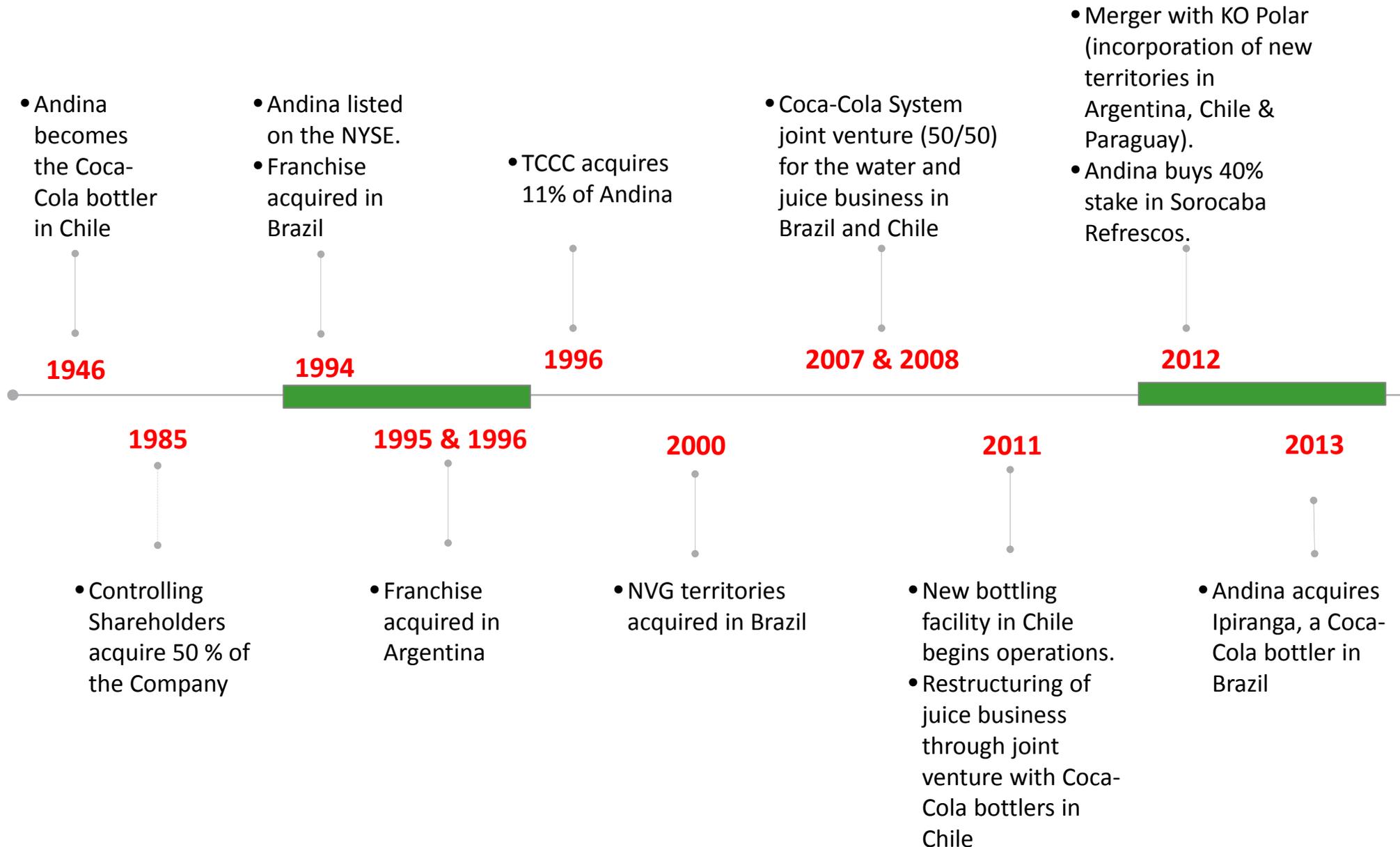


COCA-COLA ANDINA
DAY

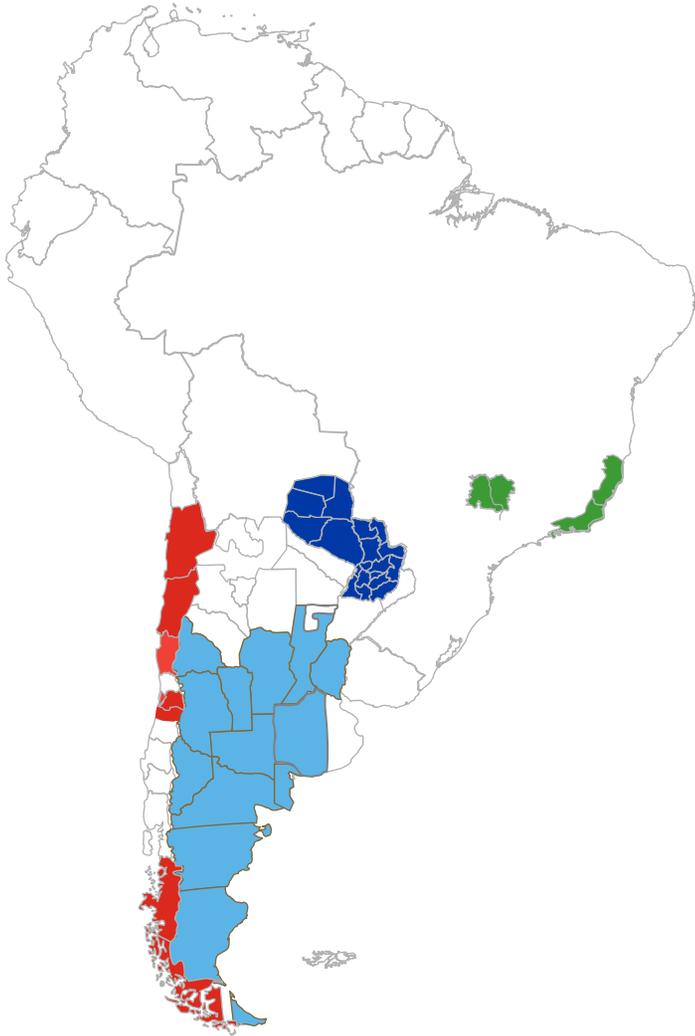
26 AGOSTO 2015

- **DESCRIPCIÓN DE COCA-COLA ANDINA**
- **NUESTRA FORMA DE TRABAJAR**
- **SUSTENTABILIDAD & MEDIO AMBIENTE**
- **CAMINO RECORRIDO 2010-2015**
- **PROYECTOS Y DESAFÍOS ACTUALES**

Principales hitos en la historia de ANDINA



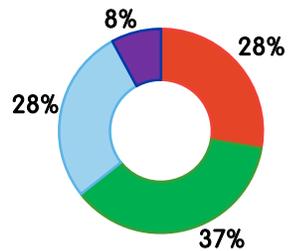
Tenemos una plataforma regional y diversificada ...



TERRITORIO	2,901,000 km ²
POBLACIÓN	48.3 MM
VOLUMEN*	UC´s MM 831
INGRESOS*	US\$ MM 3,151
EBITDA*	US\$ MM 512

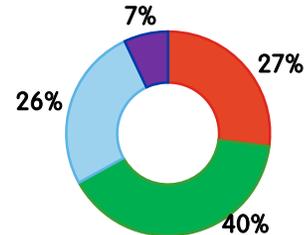
... con una presencia consolidada en 4 países ...

Volumen*



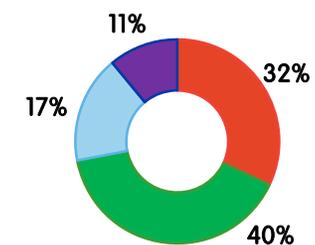
831 MM Ucs

Ingresos*



US\$3.2 BN

EBITDA*



US\$508 MM

Chile

- ▶ Territorio: 398.000 Km²
- ▶ Población servida: 9.4 millones
- ▶ Volumen: 232 MM Ucs
- ▶ # Clientes: 63.000

Paraguay

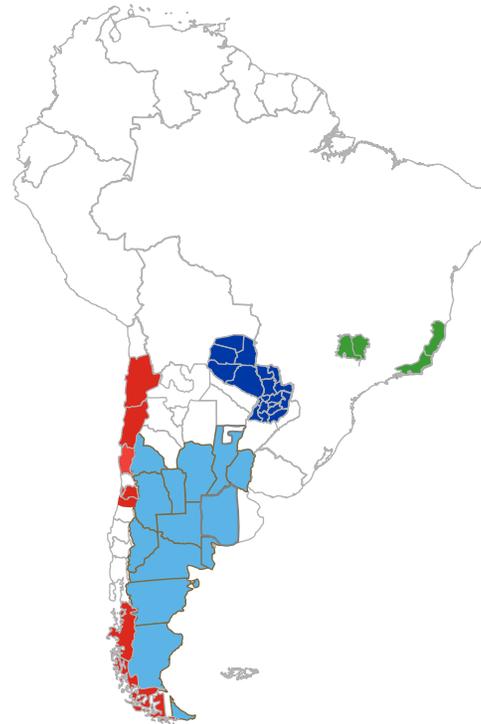
- ▶ Territorio: 407.000 Km²
- ▶ Población servida: 6.8 millones
- ▶ Volumen: 63 MM Ucs
- ▶ # Clientes: 52.000

Brazil

- ▶ Territorio: 165.000 Km²
- ▶ Población servida: 21.9 millones
- ▶ Volumen: 307 MM Ucs
- ▶ # Clientes: 88.000

Argentina

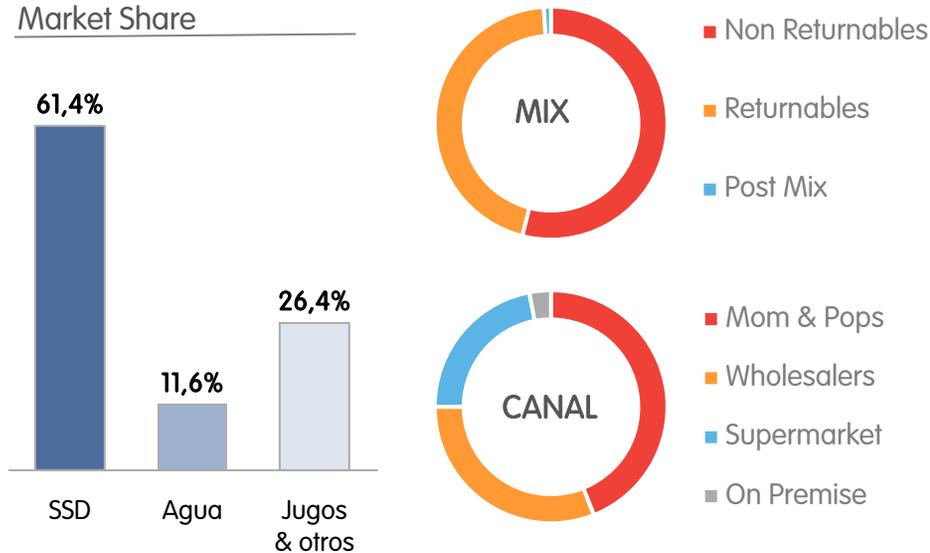
- ▶ Territorio: 1.900.000 Km²
- ▶ Población servida: 13.9 millones
- ▶ Volumen: 230 MM Ucs
- ▶ # Clientes: 68.000



... donde somos líderes en participación de Mercado ...

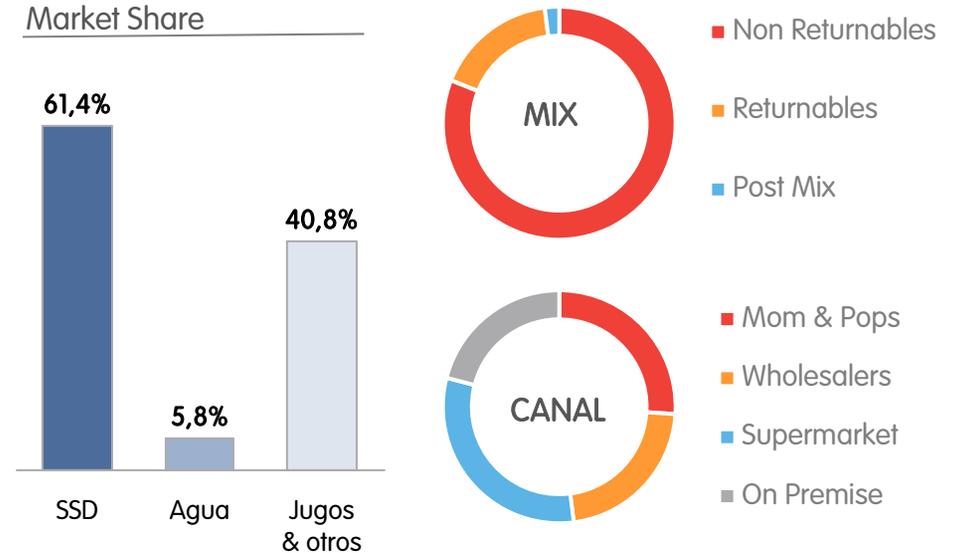
ARGENTINA

Market Share



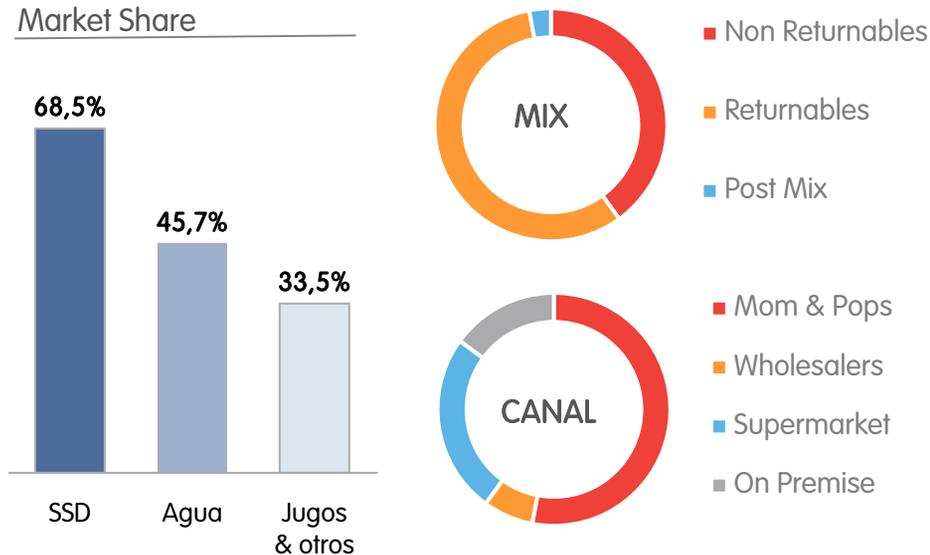
BRAZIL

Market Share



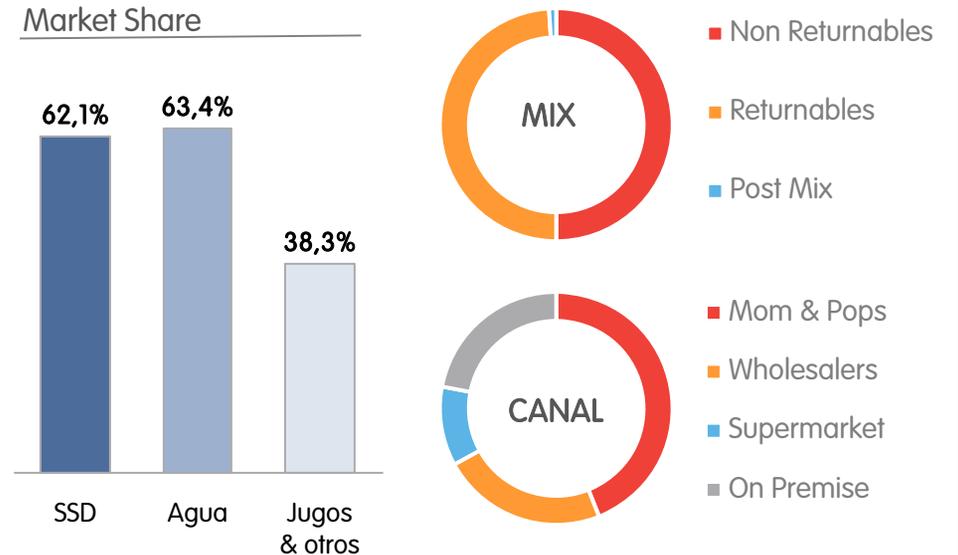
CHILE

Market Share

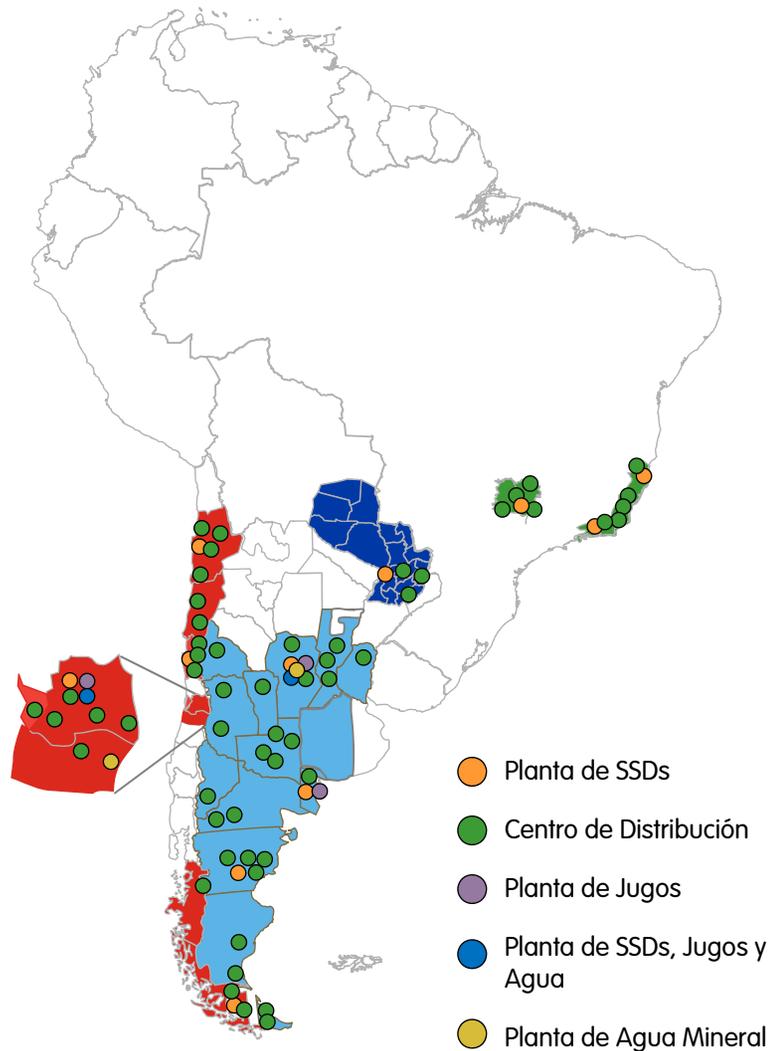


PARAGUAY

Market Share



... con una capacidad productiva y red logística de excelencia



Argentina

- ▶ 3 plantas productivas con un total de 17 líneas
- ▶ 2 centros productivos para jugos en tetra y agua mineral
- ▶ 23 centros de distribución
- ▶ Flota total de 444 camiones de terceros

Brazil

- ▶ 3 plantas productivas con un total de 26 líneas
- ▶ 13 centros de distribución
- ▶ Flota total de más de 850 camiones, 47% son de flota propia

Chile

- ▶ 4 plantas productivas con un total de 19 líneas
- ▶ 18 centros de distribución
- ▶ Flota total de más de 515 camiones, 109 son de flota propia
- ▶ A través de subsidiarias, opera otras 3 plantas productivas

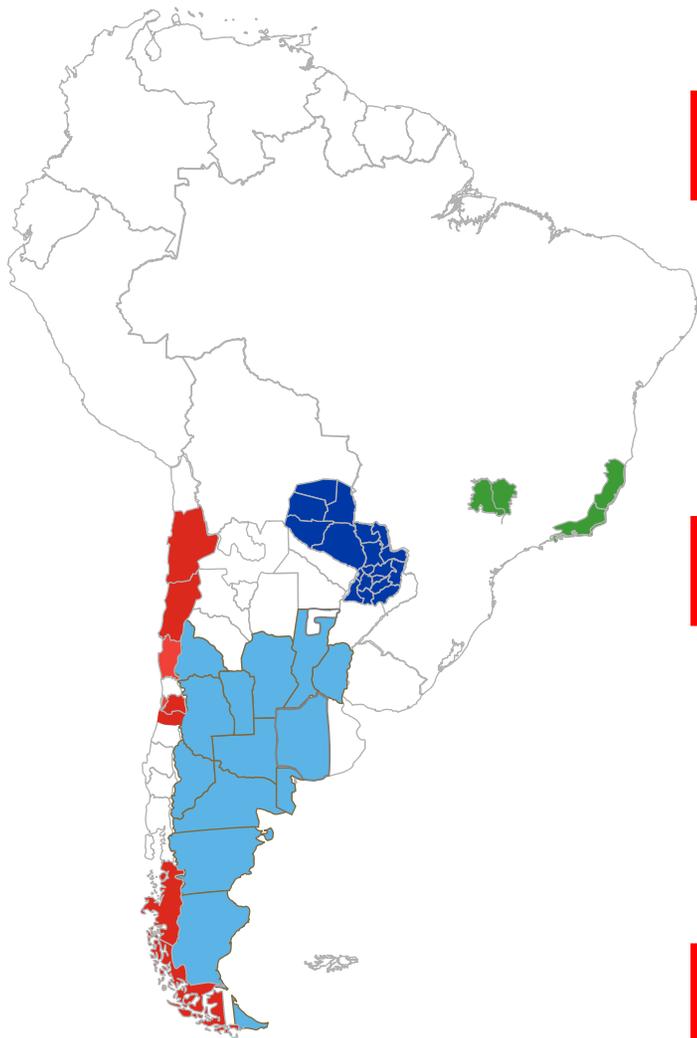
Paraguay

- ▶ 1 planta productiva con un total de 13 líneas
- ▶ 3 centros de distribución
- ▶ Flota total de 274 camiones de terceros

11 Plantas, 57 CD y 271,000 clients

- DESCRIPCIÓN DE COCA-COLA ANDINA
- **NUESTRA FORMA DE TRABAJAR**
- SUSTENTABILIDAD & MEDIO AMBIENTE
- CAMINO RECORRIDO 2010-2015
- PROYECTOS Y DESAFÍOS ACTUALES

Operamos en "environments" diferentes que implican desafíos...



ESTRUCTURAL

Santiago de Chile



Desarrollado

Paraguay



En desarrollo

Rio de Janeiro



Tráfico denso

CLIMÁTICO

Norte de Chile



Desierto

Sur de Argentina



Nieve

Río de Janeiro



Playas

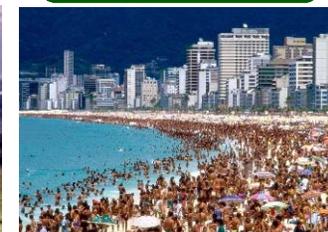
DENSIDAD POBLACIONAL

Sur de Argentina



2,5 hab/km²

Río de Janeiro



4.781 hab/km²

Santiago de Chile



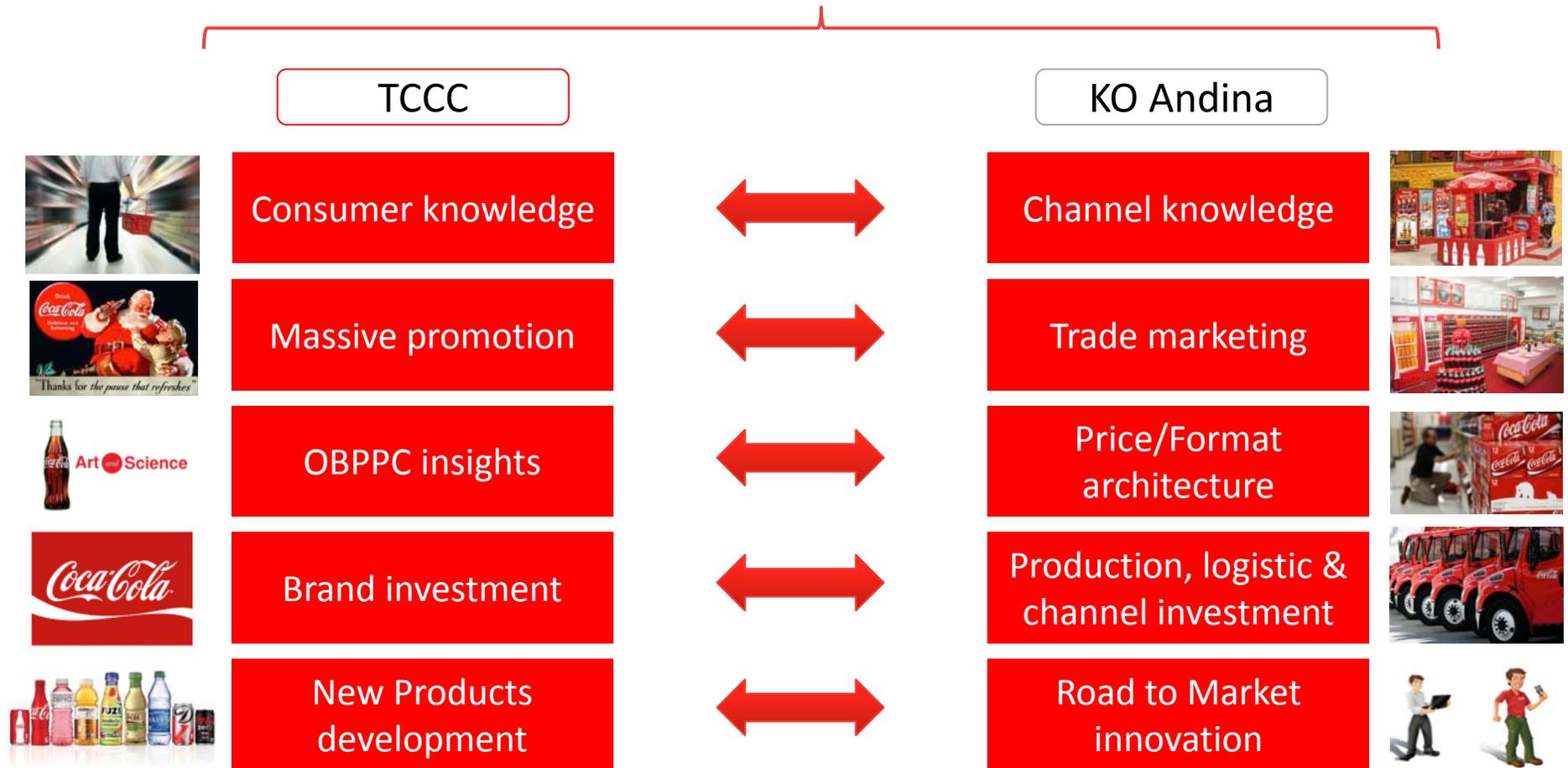
8.450 hab/km²

... por ende adaptamos nuestras operaciones a cada uno de ellos



... trabajando de la mano de TCCC para potenciar resultados

Sistema Alineado



Trabajar en conjunto con TCCC es clave para cumplir los objetivos de largo plazo

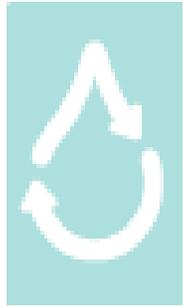
- DESCRIPCIÓN DE COCA-COLA ANDINA
- NUESTRA FORMA DE TRABAJAR
- **SUSTENTABILIDAD & MEDIO AMBIENTE**
- CAMINO RECORRIDO 2010-2015
- PROYECTOS Y DESAFÍOS ACTUALES

La sustentabilidad y medio ambiente están en nuestro ADN

“La **fortaleza** y **sustentabilidad** de nuestras marcas están directamente relacionadas con nuestra **licencia social para operar**, la cual debemos renovar día a día.”

Muthar Kent. 2010 Presidente TCCC





Guardián Del Agua

- Protección de Cuencas
- Agua para Uso Productivo
- Acceso al Agua en Comunidades

Forestación con especies nativas, Pampa de Oken

Reservas La Calera, el manejo como herramienta de recuperación de cuencas

Planta Renca con Certificación LEED



Plantas de efluentes de MUY ALTO estándar



PLANTA DE BIOGAS (Argentina)



COGENERACIÓN (Brasil)

Preocupados de los Efluentes

Consumo Eficiente de la Energía

Preocupados de nuestra huella



Gestión de Energías



19,64 gramos de CO2/litro de bebida



Empaques sustentables

- Reducción de Pesos en Envases
- Recolección y Reciclado PET
- Impulso Envases Retornables



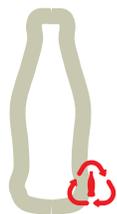
LW – Diseño optimo de envases
30% reducción del peso



Bottle to Bottle
20% de PET Reciclado



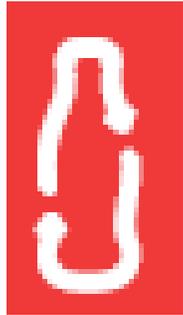
Empaques **RETORNABLES**



Acciones de **POSCONSUMO**
Eventos / Alianzas



La sustentabilidad y medio ambiente: MERCADO



Beneficios de Bebidas



Portafolio Orientado al Bienestar

46% de las Marcas del portafolio de bajas o cero Calorías

30% marcas contienen incremento de ingredientes nutricionales y minerales



Calidad y Excelencia de Procesos

Rating de Calidad de Producto

93,5% Argentina
96,8% Brasil
95,2% Chile
94,6% Paraguay



Marketing y Etiquetado Responsable



Argentina	Inscriptos	Chile
12.032		6.000
752	Equipos	328

Copa Coca Cola



Canchas para Chile



Escolha sua parada para não ficar parado



Vida Activa y Saludable



40.205 Alumnos
40 escuelas



Mas de 240.000 hs de capacitación anuales

Horas de formación por temática

18,59%
Seguridad laboral

0,18%
Ética y código de conducta

5,06%
Sustentabilidad

2,57%
Prácticas políticas, DDHH, Diversidad e Inclusión

34,3%
Desarrollo de habilidades para el trabajo

39,32%
Desarrollo de competencias



Trabajo en comités conformados por colaboradores, sindicato y gerentes

0 Accidentes fatales en 2015

Programa Embajadores Actuando en Forma Responsable y sustentable



La sustentabilidad y medio ambiente: COMUNIDAD



271.000 Clientes
180.000 Almaceneros y Pequeños comerciantes

CRC: Cummunity Retail Center

5.000 Clientes Beneficiados



Junior Achievement Aprender a Emprender en el Medio Ambiente 15.300 niños de Paraguay

66.626 Clientes Capacitados desde 2010

Educar Forestando 14.500 niños de Argentina 263 instituciones

Soporte e capacitación a mas de 400 cooperativas de emprendedoras en reciclaje en Brasil

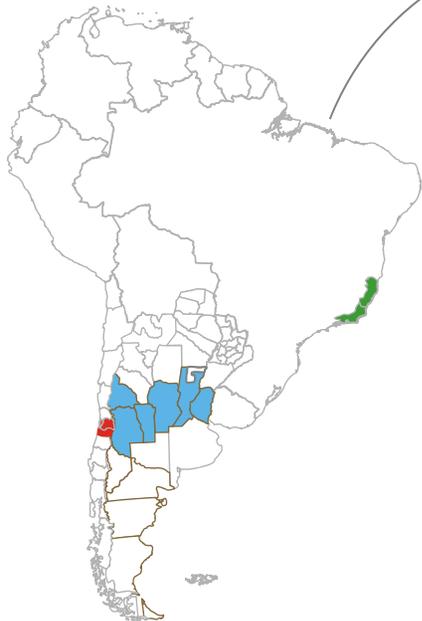


- DESCRIPCIÓN DE COCA-COLA ANDINA
- NUESTRA FORMA DE TRABAJAR
- SUSTENTABILIDAD & MEDIO AMBIENTE
- CAMINO RECORRIDO 2010-2015
- PROYECTOS Y DESAFÍOS ACTUALES

El camino recorrido en los últimos 5 años ha sido muy intenso

- *Adquisición 40% SOROCABA*
- *Fusión con KOPOLAR*
- *Adquisición 100% IPIRANGA*
- *Reestructuración del Equipo Corporativo*
- *Reestructuración del Equipo Operación BRA*
- *Reestructuración del Equipo Operación CHI*
- *Definición de procesos y normas world class para gobierno corporativo*

AÑO 2010



- *6 líneas (Cba) + 1 línea (Trel)*
- *50.000 m2 techos / playa*
- *Planta de azúcar*
- *Sorting y picking automático*
- *2do reactor en efluentes*

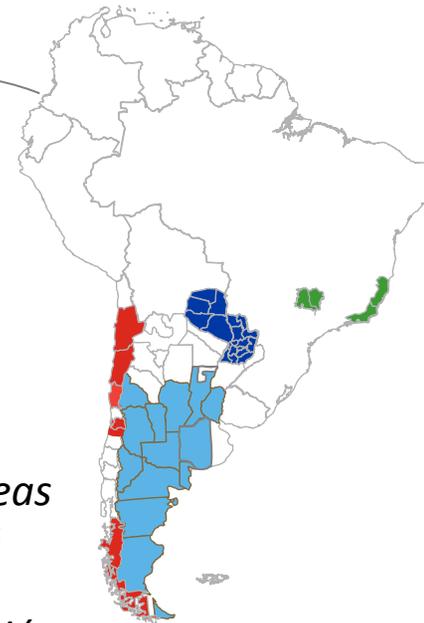


- *Puesta en marcha de nueva planta modelo Renca*
- *Reestructuración empresas logísticas*
- *Lanzamiento Masterbrand*



- *Línea refpet + upgrade 3 líneas OW + 2 líneas (Leao)*
- *Reestructuración de CD's y bodegas*
- *Primarización de la flota*

AÑO 2015



Dicho esfuerzo se refleja en los principales números de Andina...

	2010	2014	Variación
VOLUMEN TOTAL <i>(Unit cases)</i>	489 millones	831 millones	 + 70%
CLIENTES ATENDIDOS	155.548	271.000	 + 74%
VENTAS <i>(CLP\$)</i>	888.714 millones	1.797.200 millones	 + 102%

... así como en los reconocimientos del mercado y sistema

**RGM Best in Class Award
2014**



**RTM Best in Class Award
2014 – Runner up**



#1 in Argentina and #3 in Latin America in Client Satisfaction Index



Quality & Food Safety Category Runner up

Journey to a Real Food Company Concept - EDASA

2012 #1 Live Positively Cup



Execution Cup 2014



Best Commercial Execution Award



TCCC Red Awards Best Case 2011



Brazil Quality Award 2012

Coca-Cola Brasil
Fábrica Jacarepaguá: 1º Lugar 2012
Rio de Janeiro do Grupo Andina, grande vencedora do Prêmio Qualid
multa dedicação e investimentos consistentes, tanto na infraestrutura com

	2012	2011	2010	2009
Fabricante	Pontos	Rank	Rank	Rank
Rio De Janeiro	80	1	18	26
				14

Best Commercial Application Award 2013



2011 and 2012 TCCC Legacy Cup



2011 TCCC Best in Class



Bottlers Cup SOUTH LATIN BU* 2014 *(mejor embotellador en la region)*



*SOUTH LATIN BUSINESS UNIT = ARG, URU, PAR, CHI, PER y BOL

Execucao Cup BRASIL BU 2014 *(mejor embotellador en Brasil)*



Premio "Empresas más admiradas en Chile 2015" (2^{do} lugar)



Por segundo
año
consecutivo !



Agenda

- DESCRIPCIÓN DE COCA-COLA ANDINA
- NUESTRA FORMA DE TRABAJAR
- SUSTENTABILIDAD & MEDIO AMBIENTE
- CAMINO RECORRIDO 2010-2015
- **PROYECTOS Y DESAFÍOS ACTUALES**

Algunos de los desafíos en los que estamos embarcados hoy



JOO 2016 100%
en nuestra
franquicia en RIO



Capacitación
constante de RRHH



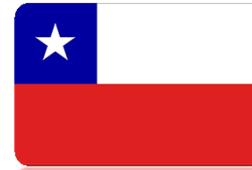
Racionalización y
automatización de CDs



Constante
lanzamientos de
new products



Nueva Planta
Modelo en BRA

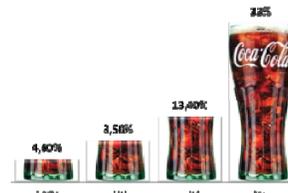
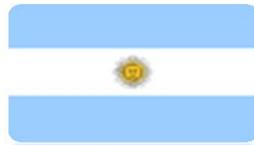


Coca-Cola

ANDINA



Incremento
automatización en
Bodegas (LGVs)



RTM en Andina
Sur en ARG
y en PAR



Internalización
de la flota en
BRASIL



Automatización
Picking y Sorting



Reducción del
impacto
ambiental

2015



COCA-COLA ANDINA

DAY

26 AGOSTO 2015

Coca-Cola ANDINA

COCA-COLA ANDINA

DAY

Coca-Cola **ANDINA**

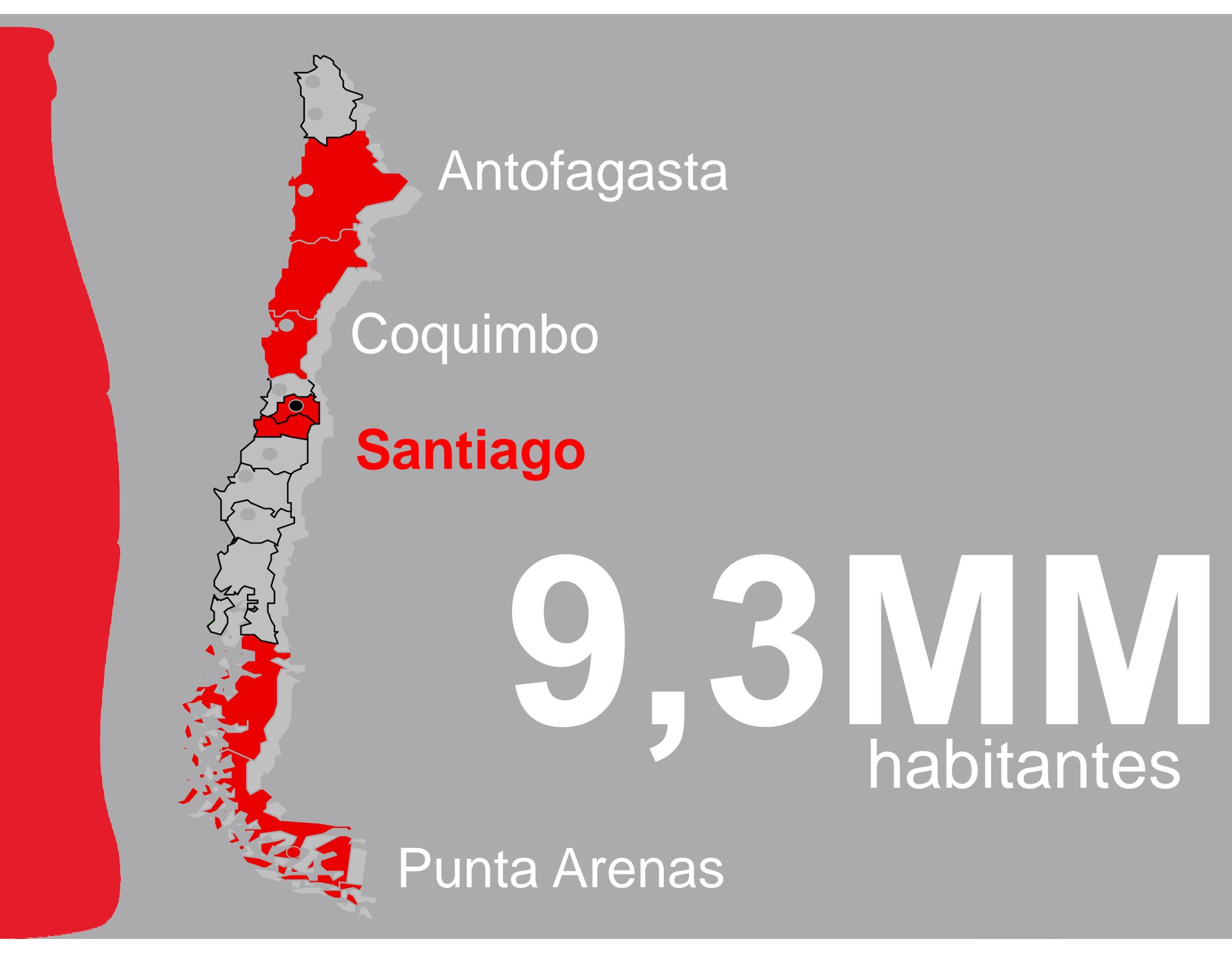


SANTIAGO
2015



Coca-Cola **ANDINA**
Chile





Antofagasta

Coquimbo

Santiago

9,3 MM
habitantes

Punta Arenas

CHILE
SEGUNDO
PER CAPITA
MUNDIAL

587

Bot 8 Oz

Per Capita



62.500
Clientes

65% Canal Tradicional



1.300MM

Litros

55%

Retornabilidad SSD

The background of the image features several red Coca-Cola cans in the foreground, with a blurred image of a Coca-Cola truck in the background. The cans are arranged in a row, and the truck is partially visible on the right side. The overall scene is brightly lit, with a warm, golden glow.

60%

Market Share NARTDS

70%

Market Share SSD



26

Marcas

299

SKUS

Gaseosas

Jugos

Aguas

Otros



177
SKU



71
SKU



40
SKU



11
SKU



4

Plantas Productivas

18

Centros de Distribución





Rutas de Reparto al día



3.150 Colaboradores



2ª Empresa más
admirada



6ª Empresa más deseada para trabajar en jóvenes de universidades

MARCA MÁS PREFERIDA
ENTRE TODAS LAS MARCAS
POR LOS CONSUMIDORES

TheLeb
Y&R BRANDASSET CONSULTING

BrandAsset®
Valuator

RANKING
COMERCIAL 2014

MARCA

1

Coca-Cola

2

SONY.

3

 **SODIMAC
HOMECENTER**

4

 **SAMSUNG**

5

 **adidas**

6

Lider 

7

 **Nestlé**

8



9

Samsung
GALAXY

10

NESCAFÉ

Coca-Cola **ANDINA**



ALAS20

Agenda Líderes
Sustentables 2020

**Coca-Cola Andina
nominada premio
ALAS 20**



Senador Girardi trata de "pedófilas" a cuatro multinacionales de alimentos ante la FAO

Se refirió a los cuestionamientos por ley de etiquetado. Asociación de Alimentos y Bebidas calificó de "injuriosa, injustas y desproporcionadas" las declaraciones.

POR: LA SEGUNDA jueves, 20 de noviembre de 2014



Catalina de Améstica y P. Pino

"Son los pedófilos del siglo XXI que violan los derechos humanos de los niños".

Estas fueron las palabras que el senador Guido Girardi (PPD) escogió para calificar a las empresas que según aseguró "están amenazando a la Presidenta Bachelet" con que si se aplica la nueva ley de etiquetado de alimentos...



NUEVA LEY DE ETIQUETADO DE ALIMENTOS (VIGENTE A PARTIR DEL 2015)

Establece cantidades límites de los llamados "nutrientes críticos" para los alimentos procesados. Los que superen esta norma deben informarlo al consumidor colocando el siguiente disco Pare en sus envases:



Cantidades permitidas de nutrientes

Críticos cada 100 g o 100 ml:

	Azúcares totales	Energía	Sodio	Grasas saturadas
Límites	10	375	100	1

Malnutrición por exceso en menores de seis años

Diciembre 2013



Oportunidades antes que Amenazas

Obesidad infantil en menores de seis años supera por primera vez los dos dígitos

En solo cinco años aumentó de 9,4% a 10,3% la cantidad de niños que sufren esta enfermedad, pese a los planes del Estado para prevenirla.

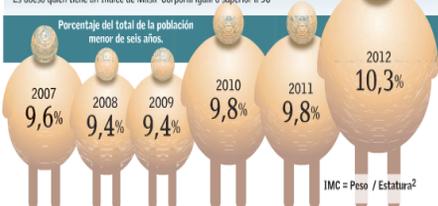
RENÉ OLIVARES

El sostenido aumento de la obesidad infantil marcó un hito durante 2012, cuando por primera vez el índice entre los menores de seis años alcanzó los dos dígitos, llegando al 10,3%. Esto significa que uno de cada diez niños tiene dicha enfermedad.

Así lo muestran las cifras del Ministerio de Salud respecto del año pasado, que aún no han sido publicadas pero que ya se manejan entre los especialistas en el tema. Estos datos surgen del análisis de los controles del niño sano que se practican a más del

Tendencia al alza

Es obeso quien tiene un Índice de Masa Corporal igual o superior a 30



Fuente: Ministerio de Salud

EL MEXICANO

W TRAINING WINNER



La etiqueta sorprenderá a algunas industrias

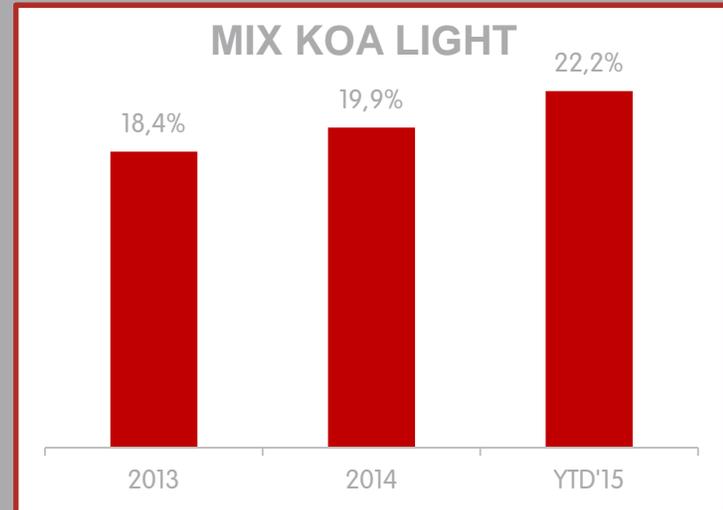
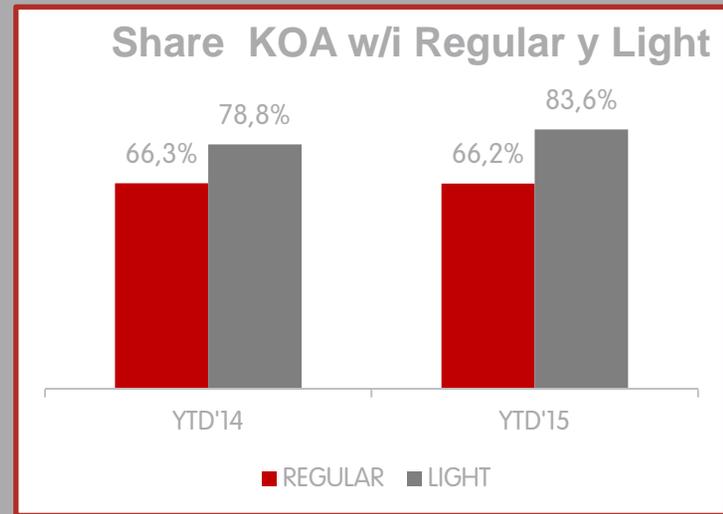




Oportunidades sin azúcar



#1 Nuestras recetas son mejores



#2 Más Share, Más Crecimiento



#3 Alineada a políticas públicas

A photograph capturing the promulgation ceremony of the Tax Reform Law. A woman in a teal jacket is seated at a table, signing a document. Two men in suits stand on either side of her, observing the process. The background is a blue wall with a faint architectural pattern and the text 'Promulgación de Ley REFORMA TRIBUTARIA' in white. A red banner at the bottom of the image contains the text '#4 Menos Impuesto'.

Promulgación de Ley REFORMA TRIBUTARIA

Reforma Tributaria

Reforma Tributaria

Reforma Tribu

#4 Menos Impuesto



#5 Consumo “sin culpa”



Productividad y Eficiencia





**Sobretudo en momentos
duros**



Los primeros en levantarse,
entregar esperanza y trabajar
para volver a normalidad



Generamos resultados sorprendentes. Nos inspira la pasión por nuestras marcas, clientes y consumidores. Estamos orgullosos de nuestro equipo, nos obsesiona el logro y desafiamos los límites de la eficiencia.

COCA-COLA ANDINA

DAY

Coca-Cola **ANDINA**



SANTIAGO
2015





Coca-Cola ANDINA

COCA-COLA ANDINA

DAY

Coca-Cola **ANDINA**



SANTIAGO
2015

