

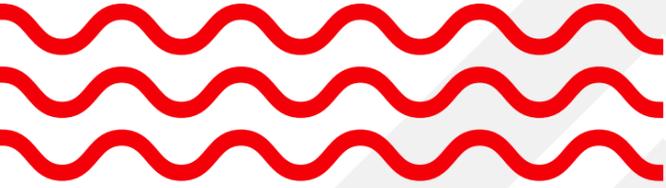


# Refreshar

EN TODO MOMENTO,  
EN TODO LUGAR

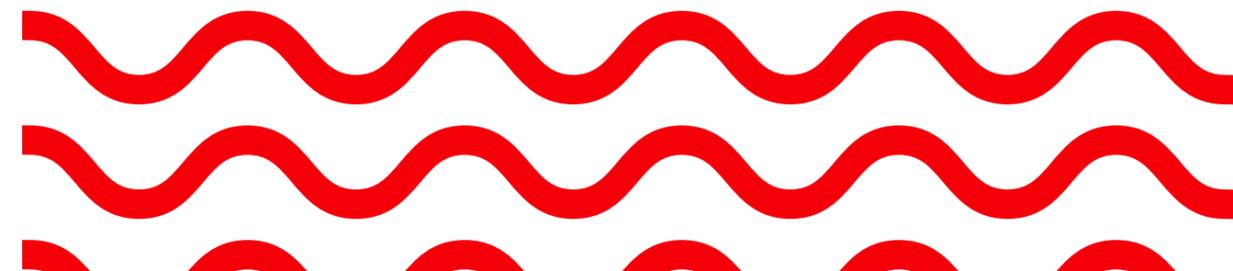
INFORME INTEGRADO 2020



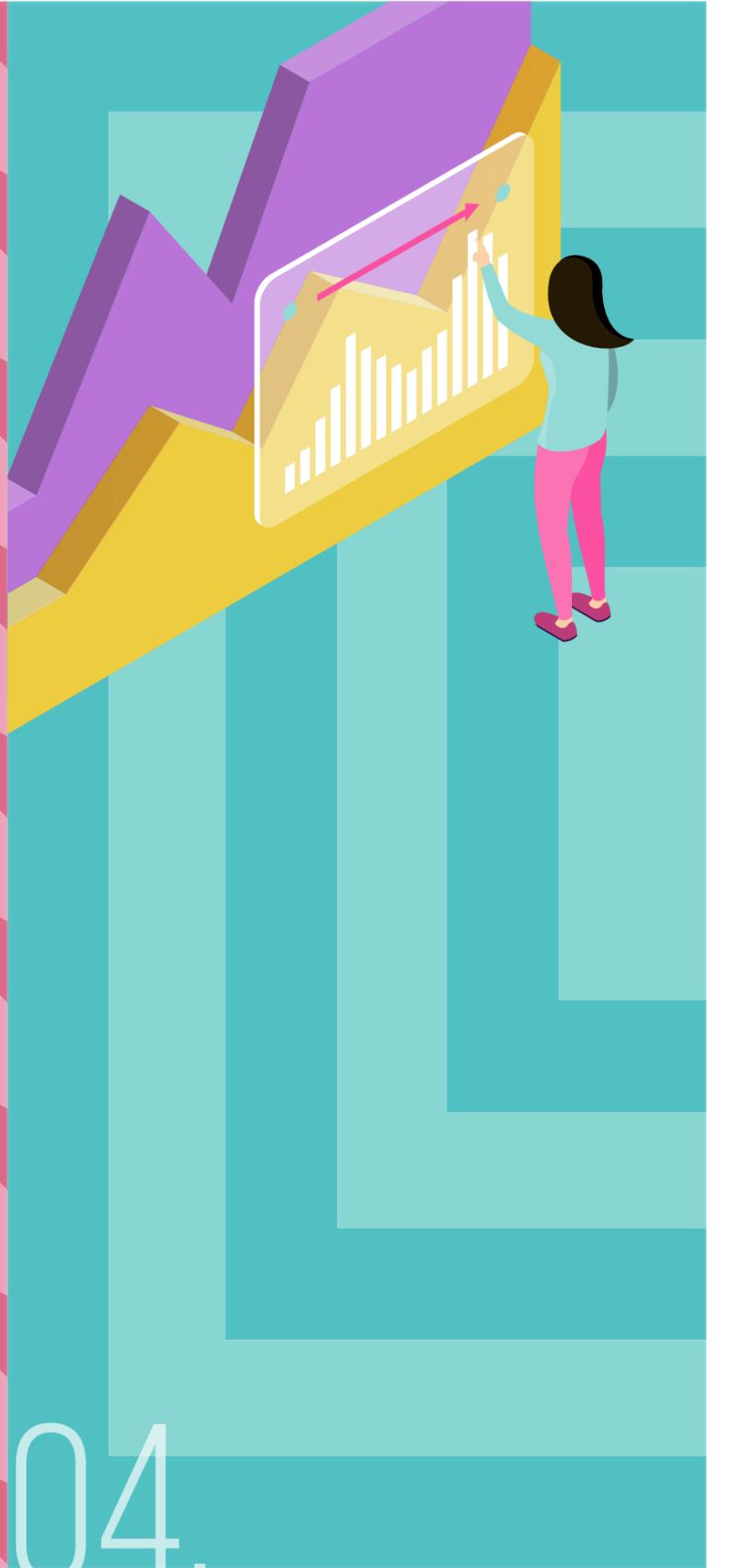
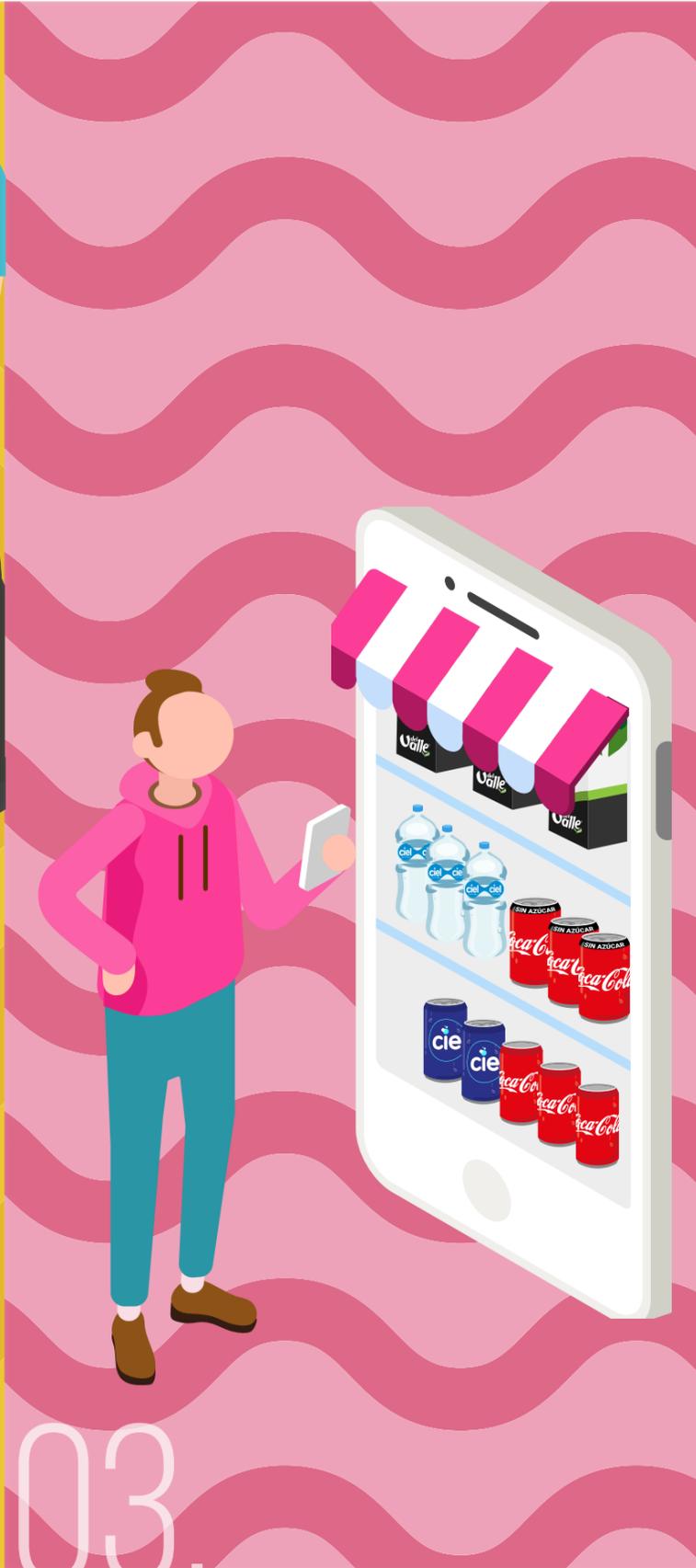
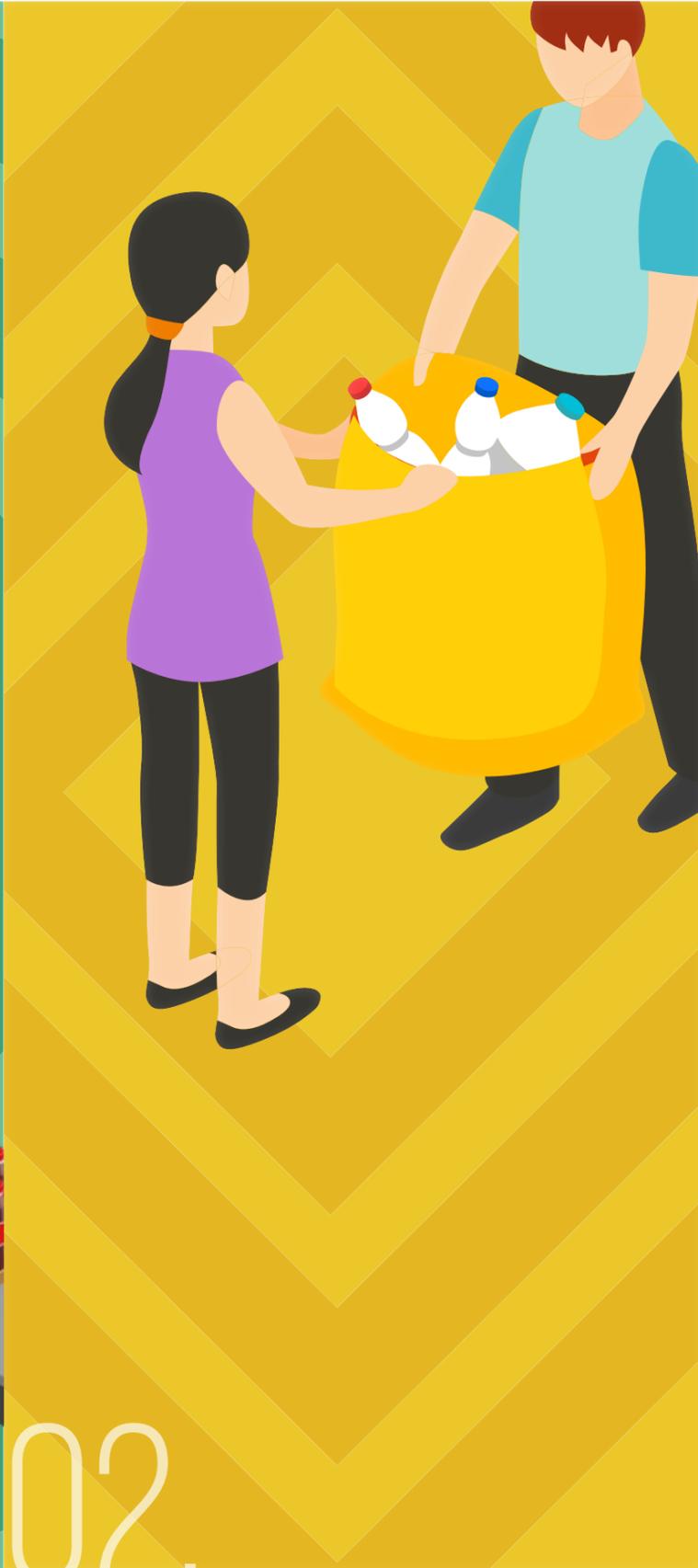
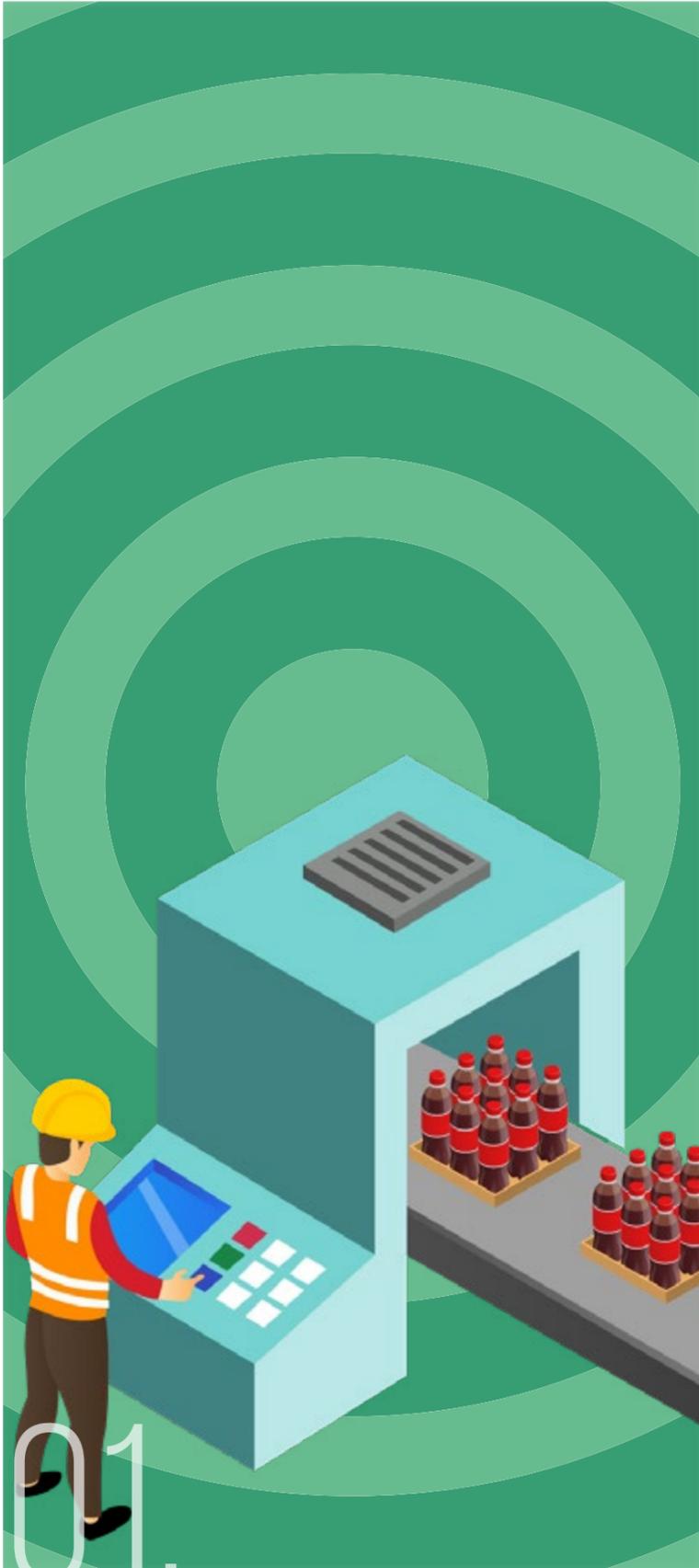


“ En **Coca-Cola FEMSA**, nuestro crecimiento estratégico y liderazgo en la industria están impulsados por el **propósito** de **refrescar al mundo a toda hora y en cualquier lugar**, encontrando siempre la manera más eficiente y sostenible de poner en manos de nuestros consumidores la bebida de su preferencia cuándo y dónde lo deseen.

Guiados por nuestro propósito, **aspiramos** a convertirnos en **una plataforma comercial integrada** de bebidas, que opere ágilmente y en tiempo real, de acuerdo con cuatro prioridades estratégicas: construir un **portafolio** para cada ocasión, promover una **transformación digital** integral, garantizar la **sostenibilidad del negocio** y fomentar una **cultura de colaboración**. ”



# CONTENIDO



# RESUMEN

Carta a nuestros grupos de interés

A la altura de los retos

Entrevista con nuestro Director de Finanzas

Entrevista con nuestro Director de Asuntos Corporativos

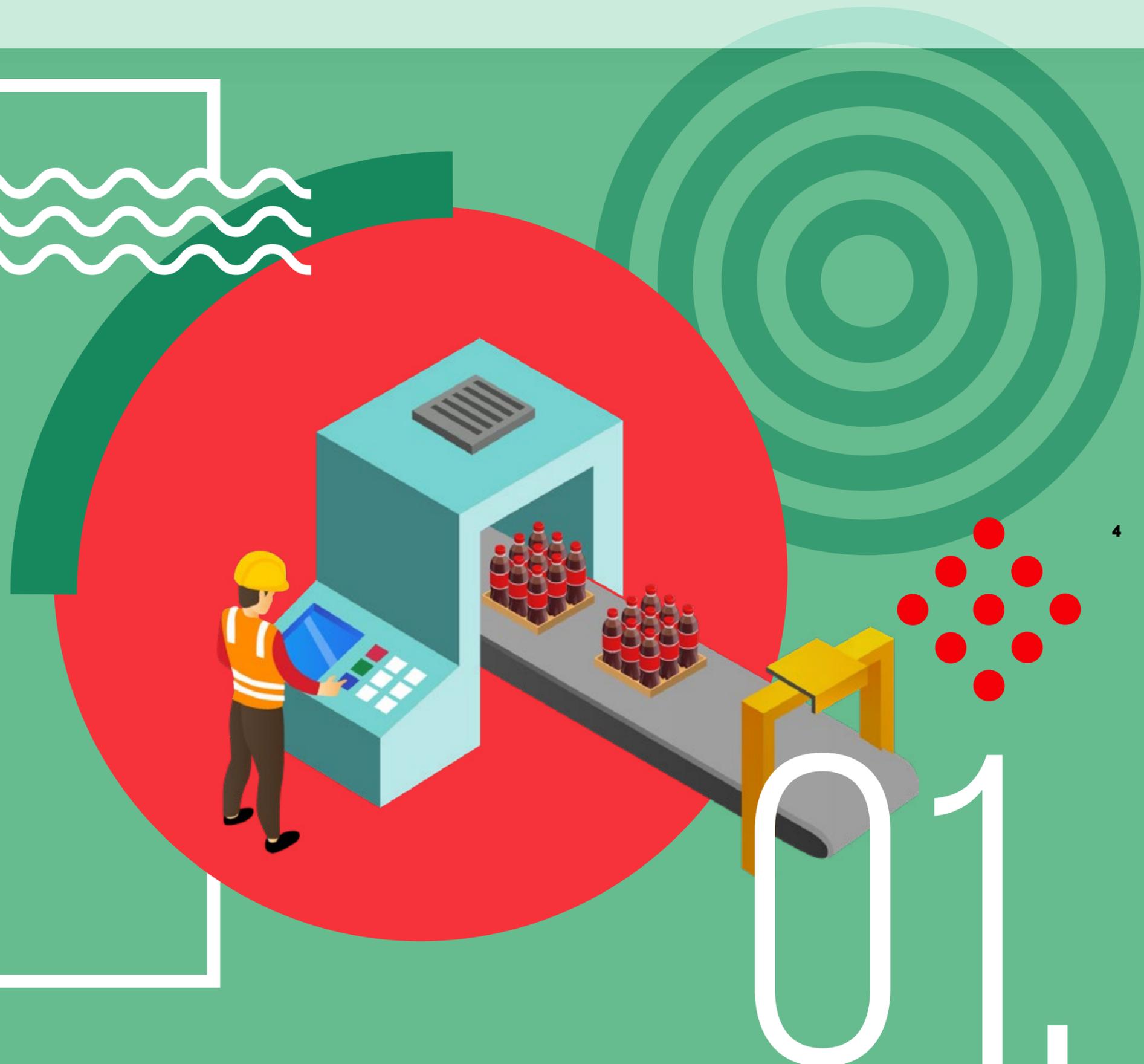
Nuestro equipo directivo

Nuestra presencia

Resumen financiero y de sostenibilidad

Emisión del bono verde

Cadena de valor



# 01

Mensaje del Presidente del Consejo de Administración y el Director General

# A NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

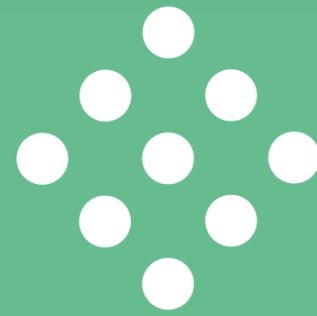
Este año, y pese a la pandemia por COVID-19, logramos sortear los obstáculos y salir más fortalecidos que antes. Nuestro mayor logro del año fue, sobre todo, la capacidad para proteger de inmediato la seguridad y el bienestar de nuestra gente, el activo más importante.



José Antonio Fernández Carbajal  
PRESIDENTE DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN



John Santa María Otazua  
DIRECTOR GENERAL



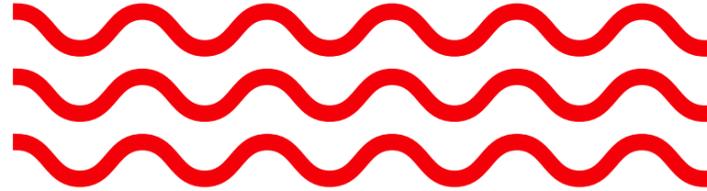


“Queremos reconocer el inalterable compromiso de nuestros colaboradores.”

Queremos reconocer el inalterable compromiso de nuestros colaboradores, quienes se mantuvieron a la altura de los retos para ofrecer un servicio de excelencia a clientes y consumidores, garantizando así la continuidad del negocio y el suministro de los productos, además de acelerar la implementación de nuestras iniciativas de transformación y apoyar a las comunidades en situación vulnerable con donación de bebidas, comunicación de medidas de prevención, distribución de insumos médicos e inclusive, apoyando en la ampliación de la capacidad hospitalaria.

Más allá de continuar operando, mantuvimos una ejecución ejemplar, ganando

participación de mercado a nivel total industria en todos nuestros mercados clave. Aseguramos la liquidez cuidando el flujo de caja, lo cual nos permitió no sólo continuar invirtiendo el capital en proyectos clave de una forma disciplinada, sino incrementar el pago de dividendos a nuestros accionistas. También incursionamos nuevamente en los mercados de deuda internacionales para fortalecer nuestra sólida posición financiera y colocamos nuestro primer bono verde —la emisión más grande para una compañía latinoamericana y el primero en el Sistema Coca-Cola.



## Nuestras prioridades

Seguimos avanzando en la estrategia de crecimiento y liderazgo de la compañía, impulsados por nuestro propósito de refrescar al mundo, encontrando siempre la manera más eficiente y sostenible de poner en manos de nuestros consumidores la bebida de su elección, cuándo y dónde la deseen.

Nuestra visión es convertirnos en una plataforma comercial integrada de bebidas, que trabaje de manera totalmente eficiente y en tiempo real para sustentar las cuatro prioridades estratégicas que guían nuestra transformación y crecimiento: construir un portafolio para cada ocasión centrado en el consumidor; lograr una completa transformación digital; garantizar la sostenibilidad del negocio y promover una cultura de colaboración, inclusiva y diversa.

Alineados con estas prioridades, estamos consolidando nuestro liderazgo en la industria desarrollando un portafolio total de bebidas para satisfacer los siempre cambiantes gustos y estilos de vida de nuestros consumidores. La asequibilidad, y el cada vez más amplio portafolio de bebidas bajas en azúcar o sin azúcar, continuaron siendo un importante motor de crecimiento del portafolio de bebidas carbonatadas. Y con el lanzamiento de la botella universal, ampliamos exitosamente la plataforma de envases retornables —anteriormente sólo para refrescos de cola— expandiéndolo ahora al portafolio de refrescos de sabor e incluso a bebidas no carbonatadas. También capturamos participación de mercado en categorías emergentes de bebidas —isotónicas, nutritivas y energéticas—, además de con-

tinuar explorando nuevas categorías. Un ejemplo es la reciente incursión del Sistema Coca-Cola en el espacio de bebidas alcohólicas listas para beber en Latinoamérica, con el exitoso lanzamiento de Topo Chico Hard Seltzer.

Para alcanzar nuestra visión de convertirnos en una plataforma interconectada totalmente digital, estamos impulsando la transformación digital en todas las funciones: desde la recepción de pedidos omnicanal y mayores capacidades de atención al cliente, hasta nuevos modelos logísticos y de distribución, y procesos automatizados para finanzas y recursos humanos. Esta transformación continúa avanzando a una velocidad impresionante. Para darles una idea, nuestra plataforma para la toma de pedidos habilitada por un chatbot creció a 270,000 clientes activos en un año y recibimos cerca de 15,000 pedidos al día. Y esto seguirá creciendo.

Además, y de forma muy importante, estamos garantizando la sostenibilidad del negocio. Gracias a estos esfuerzos, lo-

gramos nuestras metas de sostenibilidad para 2020. Mejoramos la razón en el uso de agua a un promedio de 1.49 litros por litro de bebida producida, un referente en la industria. Incrementamos el uso de materiales reciclados en los envases de PET a 29%, superando la meta de 25% para 2020. Abastecimos nuestras plantas de manufactura con un sorprendente 80% de energía limpia, casi nueve veces más que en 2014. Recolectamos más del 50% de las botellas que colocamos en nuestros mercados clave, con lo que estamos bien posicionados para alcanzar el compromiso de recolectar el 100% para 2030. Aún más, nos convertimos en la primera compañía mexicana, y la tercera en Latinoamérica, en conseguir la validación oficial para nuestros objetivos de reducción de emisiones, de acuerdo con la iniciativa Science Based Targets, lo cual refleja nuestro compromiso con una economía baja en carbono. Además, nuestro desempeño en sostenibilidad durante 2020 nos permitió estar entre el 15% de las compañías públicas incluidas en el Anuario de Sostenibilidad 2021 de S&P Global.



**Incrementamos el uso de materiales reciclados en los envases de PET a 29%.”**

Sustentados en nuestro ADN KOF, estamos construyendo una cultura enfocada en nuestros clientes y consumidores, basada en la excelencia operativa, la toma de decisiones ágiles, una mentalidad de dueños y colocando siempre a la gente primero, con enfoque en la inclusión y la diversidad. Como prueba, éste es el tercer año consecutivo que Coca-Cola FEMSA forma parte del Índice de Equidad de Género de Bloomberg. Impulsados por estos valores fundamentales, hemos cambiado nuestra manera de trabajar y fortalecer conductas para surgir como una compañía más fuerte y ágil, con la capacidad de lograr nuestro propósito y visión.



**80%**  
**de la energía de nuestras plantas de manufactura provienen de fuentes de energía limpia**

Ps.  
**+43** MIL MILLONES  
en posición  
de caja



### Nuestro desempeño

La resiliencia del negocio, aunada a estrategias de mercado proactivas y a nuestros planes de mitigación, nos permitieron lograr resultados mejores a lo esperado en un entorno de retos sin precedentes. Durante el año, nuestro volumen total de ventas bajó 2.5% a 3,284 millones de cajas unidad. Los ingresos totales se redujeron 5.6% a Ps.183,615 millones; la utilidad de operación bajó 0.7% a Ps.25,243 millones. El flujo operativo creció 0.5% a Ps.37,345 millones, mientras que nuestro margen de flujo operativo creció a 20.3%. La utilidad neta atribuible a la participación controladora registró Ps.10,307 millones para alcanzar una utilidad por acción de Ps.0.61 y por unidad de Ps.4.91 (Ps.49.06 por ADS). Un punto

importante es que nuestra razón de deuda neta a EBITDA cerró el año en 1.1 veces, mientras que nuestra posición de caja superó los Ps.43 mil millones, confirmando la solidez de nuestro balance general.

Viendo hacia el futuro, una de nuestras mayores fortalezas es la sólida relación con The Coca-Cola Company. Al trabajar conjuntamente, no sólo pudimos reaccionar con rapidez y energía a la pandemia, sino que nos mantuvimos enfocados en impulsar al sistema y a nuestra compañía.

Pese al escenario de un entorno complejo y dinámico, nos anima nuestra resiliencia, las positivas tendencias operativas y la in-

variable devoción de nuestra gente ante la adversidad. Guiados por el propósito común de refrescar al mundo a toda hora, en todo lugar, estamos dando los pasos correctos para resurgir como una compañía más fuerte, creando importantes vías de crecimiento y generación de valor para los próximos años.

En nombre de nuestros empleados, les agradecemos su constante confianza en nuestra capacidad de crear valor económico y de generar bienestar social y ambiental en colaboración con todos ustedes.

## COVID-19

# A LA ALTURA DE LOS RETOS

### Enfocamos nuestras acciones en cinco áreas clave para asegurar la continuidad de nuestro negocio.

Pese a la situación impredecible derivada de la pandemia COVID-19, sorteamos este periodo tan incierto y complejo aportando lo mejor de nosotros y de nuestra humanidad colectiva.

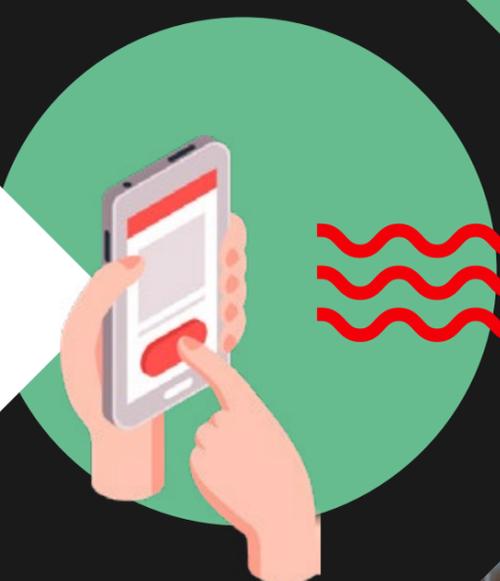
Ofrecemos nuestras más sinceras condolencias a todas las personas que perdieron a un ser querido; en especial, queremos hacer un alto para recordar a nuestros compañeros que lamentablemente perdieron la batalla contra la enfermedad.

También queremos expresar nuestro profundo reconocimiento y gratitud a todos los trabajadores de la salud —médicos y enfermeras de urgencias y emergencias, y todas aquellas personas que han cumplido una función esencial en la primera línea de atención a la pandemia. Gracias a ellos hemos logrado mantener cierto sentido de normalidad en medio de tiempos tan agitados.

Sin duda, esta pandemia nos ha cambiado mucho. No obstante, hoy que reflexionamos sobre estos meses tan complicados, ya podemos vislumbrar la luz. No es momento de bajar la guardia, debemos continuar analizando con paciencia qué es lo mejor para nuestra sociedad.

En Coca-Cola FEMSA hemos superado crisis en el pasado, demostrando nuestra capacidad de adaptarnos con éxito a entornos dinámicos y capitalizarlos, para surgir como una compañía más fortalecida.

En 2020, actuamos con agilidad para desarrollar un marco de gestión integral que nos permitiera guiar nuestras acciones de prevención y control de COVID-19 y los planes para el regreso al trabajo, protegiendo nuestros resultados de corto plazo y avanzando hacia nuestras metas de largo plazo. Como parte de este marco, enfocamos nuestras acciones en cinco áreas clave para asegurar la continuidad del negocio:



## 1 COLABORADORES

Protegimos la salud y el bienestar de toda nuestra fuerza laboral.

## 2 CLIENTES

Continuamos atendiéndolos de la mejor manera posible.





# 14

## COMUNIDADES

Brindamos apoyo cercano a nuestras comunidades mediante iniciativas sociales claras.



# 103

## CONSUMIDORES

Ofrecimos la bebida de su elección a toda hora y en cualquier lugar.



10

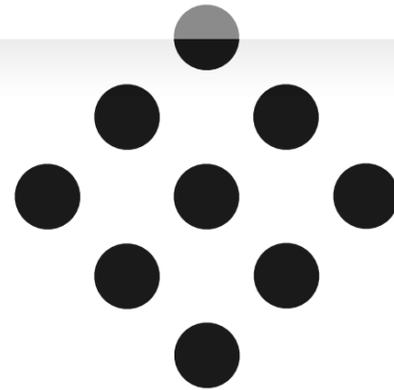


# 105

## FLUJO DE CAJA

Fortalecimos proactivamente nuestro balance y protegimos nuestro flujo de caja.

“ Contribuimos a ampliar la capacidad hospitalaria.”



“ Pusimos a la disposición los camiones y espacios publicitarios para difundir medidas preventivas.”



**DONACIÓN DE BEBIDAS**

**INSUMOS MÉDICOS**

**DISTRIBUCIÓN Y LOGÍSTICA**

**+3.8** MILLONES  
litros de bebidas donados

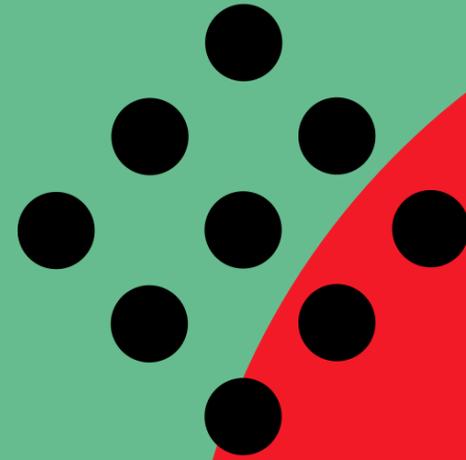
DONAMOS  
**26 MIL**  
pruebas de detección

**680 MIL**  
cubre bocas y batas

**1.9** MILLONES  
insumos médicos entregados

## Entrevista a nuestro Director de Finanzas

Constantino Spas, nuestro CFO, reflexiona acerca de la capacidad de la compañía para superar un entorno de retos excepcionales y surgir aún más fuerte. Comenta la resiliencia de nuestro negocio, los importantes avances en sus cinco prioridades principales, los pasos para fortalecer nuestro balance, el primer bono verde en el Sistema Coca-Cola, nuestro programa de eficiencia Fuel for Growth, la estrategia de refinanciamiento de deuda y una disciplinada asignación de capital.



Constantino Spas  
Director de Finanzas



## Constantino, ¿cuáles fueron los avances que lograron tú y tu equipo en tus cinco prioridades principales durante el año?



Logramos superar un entorno de retos excepcionales y surgir como una compañía aún más fuerte. Ante este entorno, registramos grandes avances en las cinco prioridades más importantes que nos planteamos cuando inicié mi gestión como CFO, hace un par de años.

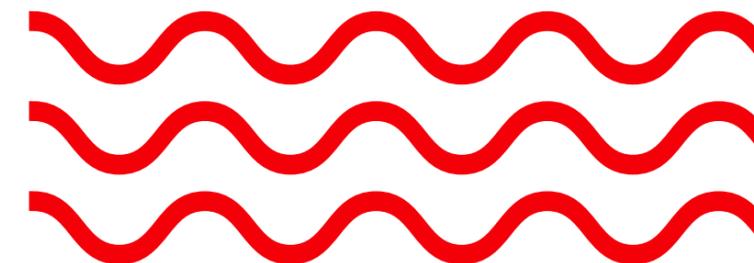
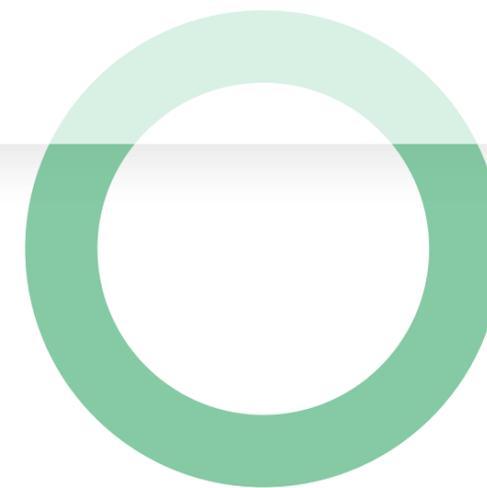
1. Mantener bases financieras sólidas para mejorar nuestro rendimiento sobre capital invertido (ROIC) – Alineados con nuestro marco de gestión integral, actuamos con rapidez y eficiencia para fortalecer nuestra posición de caja, proteger nuestro flujo de efectivo y liquidez, replantearnos las prioridades en cuanto a la asignación de CAPEX para nuestras operaciones y proponernos la meta agresiva de ahorrar costos y promover eficiencias, además de fortalecer nuestro balance. Esto nos permitió concluir el año con una base financiera muy sólida para mejorar nuestro ROIC año con año.
2. Continuar evolucionando nuestra función financiera para impulsar los ingresos y márgenes, con el fin de maximizar valor para los accionistas – Este año, demostramos ser un verdadero socio

de todas nuestras operaciones. Entre otras acciones, las apoyamos al asumir el liderazgo para contener costos y gastos; actuamos con rapidez para aprovechar los mercados internacionales de deuda antes, durante y después de la pandemia, y enfocamos nuestras inversiones de capital (CAPEX) en proyectos prioritarios. De esta manera, logramos asegurar la continuidad operativa y el suministro de productos, ampliar nuestro portafolio de envases retornables y acelerar el despliegue de nuestras iniciativas de transformación –desde la estrategia omnicanal hasta nuestras rutas de entrega a domicilio. Además, incrementamos nuestro dividendo anual, cumpliendo nuestro compromiso de maximizar el valor a nuestros accionistas.

3. Garantizar que continuemos atrayendo y desarrollando nuestra base de talento para apoyar nuestra función financiera – Alineados con nuestro ADN, seguimos atrayendo y desarrollando a nuestra creciente base de talento –a la cual le infundimos las conductas, los atributos y las capacidades necesarias– en las diversas funciones de finanzas de

nuestras operaciones. Como parte de la plataforma para el desarrollo de talento, seguimos promoviendo líderes en finanzas en nuestra organización, proporcionándoles valiosas oportunidades de crecimiento profesional.

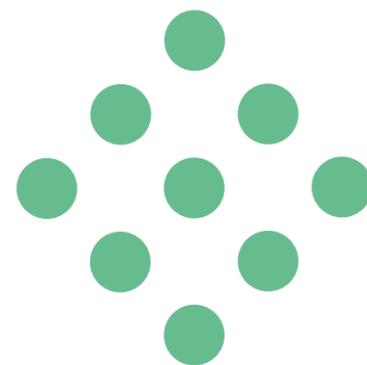
4. Mantener nuestro enfoque en la transparencia, la divulgación veraz y la comunicación continua con nuestros grupos de interés – Durante el año, redoblamos nuestro compromiso con los mercados financieros, inversionistas y analistas, actuando de manera proactiva para obtener y compartir retroalimentación al mercado, y manteniendo siempre la importante comunicación de dos vías, esencial con nuestros grupos de interés.
5. Por último, en mi papel como CFO, continuamos dando pasos importantes para apoyar a John y a nuestro equipo directivo en nuestro viaje hacia una transformación cultural, reforzando nuestro ADN, con un papel activo en la implementación de nuestro programa de eficiencia Fuel for Growth y en otras iniciativas estratégicas que hemos establecido como equipo.



## ¿Podrías mencionar cuáles fueron las acciones para proteger el flujo de efectivo y la liquidez de la compañía, y fortalecer el balance ante el entorno de la pandemia?

¡Claro!, dentro de nuestro marco de gestión integral, nos enfocamos en la gestión eficiente de efectivo y en fortalecer nuestro balance. Como ya mencioné, aprovechamos de manera proactiva las condiciones del mercado para refinanciar con éxito nuestra deuda y además obtener créditos de corto plazo que reforzaron nuestra posición de caja y protegieron nuestra liquidez. Al trabajar de la mano con nuestros operadores, nos planteamos metas agresivas de ahorro y nos apresuramos a reevaluar y priorizar el CAPEX, garantizando la inversión en proyectos clave en nuestras operaciones.

Algo importante fue la implementación de nuestras torres de control del efectivo, que nos permitieron mejorar 12% el flujo de efectivo con relación al año anterior, con base en el control de costos y gastos, y tener una gestión disciplinada del capital de trabajo. Estas torres o centros neurálgicos emplean un proceso iterativo para actualizar periódicamente nuestras proyecciones e informarnos claramente cuáles serán las necesidades financieras de cada una de nuestras operaciones durante un periodo de 13 semanas. Para el año próximo, buscaremos convertir nuestra contención de costos y gastos en reducción, e implementar nuestro programa de presupuesto base cero.

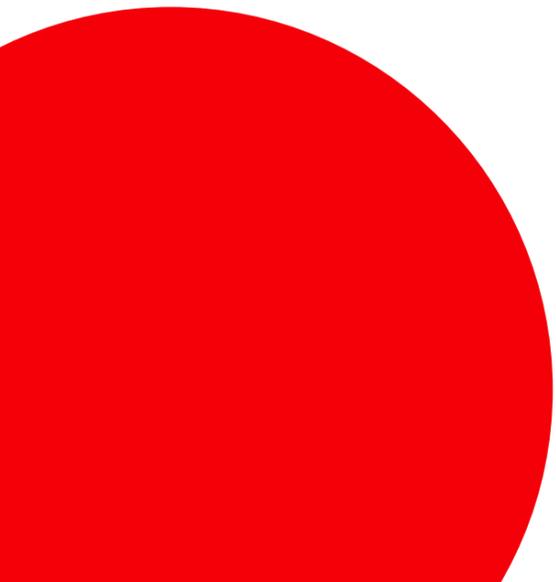


## Tomando en cuenta estas acciones, ¿cuáles serían tus reflexiones sobre el desempeño general de la compañía durante el año?

2020 subrayó la solidez y resiliencia de nuestra compañía. La robustez de nuestro negocio, aunada a nuestro acelerado despliegue de estrategias de mercado y planes para resurgir más fuertes, nos permitieron superar un entorno de retos extraordinarios y alcanzar resultados financieros mejores de lo esperado; sobre todo, continuamos avanzando hacia nuestras metas estratégicas de largo plazo. Dimos pasos enormes hacia nuestra transformación digital para garantizar la sostenibilidad del negocio, fomentamos la colaboración en nuestra organización y fortalecimos nuestro portafolio, siempre enfocado en el cliente.

Un punto relevante es que, gracias a nuestro diverso portafolio de asequibilidad y nuestra rigurosa ejecución en el punto de venta, ampliamos nuestra participación de mercado en todo el segmento de bebidas no alcohólicas listas para beber en todos nuestros territorios clave. Este crecimiento refleja nuestro enfoque estratégico de largo plazo: ganar en tiempos difíciles y posicionar nuestro negocio para que surja aún más fuerte al momento de la recuperación.

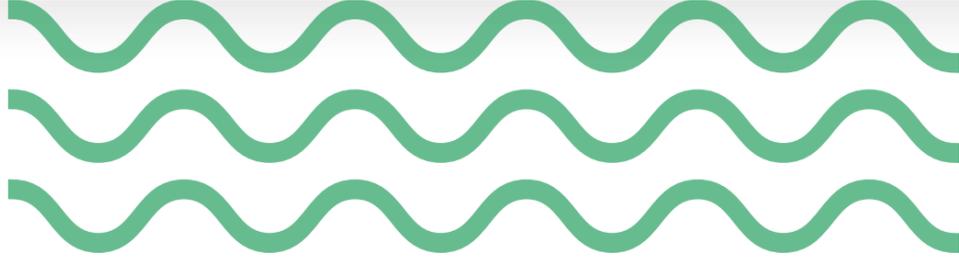
Nuestra razón de deuda neta a EBITDA cerró el año en 1.1 veces, con una posición de caja de más de Ps. 43 mil millones, lo que subraya la solidez de nuestro balance y nuestra posición de liquidez para el futuro.



## ¿Podrías extenderte un poco más sobre la exitosa colocación del bono verde en los mercados de deuda internacionales?

De acuerdo con nuestra disciplina financiera y compromiso con la sostenibilidad, colocamos nuestro primer bono verde en los mercados de deuda internacionales el 1 de septiembre de 2020. Esta exitosa colocación por US\$705 millones, con una tasa referenciada al bono del Tesoro de Estados Unidos + 120 puntos base y un cupón de 1.85%, tiene vencimiento en 2032.

Esta colocación de un bono verde —la más grande para una compañía latinoamericana— contó con una amplia participación de inversionistas de grado de inversión, confirmando el sólido perfil crediticio de Coca-Cola FEMSA y su retadora agenda de sostenibilidad. Esperamos que este bono nos permita alcanzar nuestras metas ambientales en temas como acción por el clima, gestión del agua y economía circular, además de servir de incentivo para impulsar de una forma aún más ambiciosa nuestra agenda de sostenibilidad.



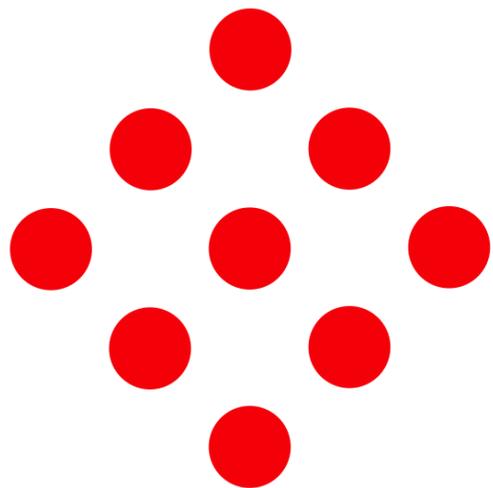
## Durante el año, la compañía actuó de manera proactiva para refinanciar su deuda. ¿Podrías comentarnos cuáles son la estrategia y los planes para futuros refinanciamientos de deuda?

Congruentes con nuestra disciplina financiera, concluimos nuestras estrategias para la gestión de pasivos antes de que COVID-19 se convirtiera en una pandemia global, lo que demuestra nuestro perfil conservador y un enfoque prudente ante la deuda, al margen de las circunstancias. En los meses de enero y febrero, aprovechamos las condiciones favorables del mercado para refinanciar nuestra deuda en los mercados de dólares y pesos mexicanos, colocando deuda por un monto total de US\$1,500 millones.

Estas operaciones nos proporcionaron un perfil de vencimiento de deuda muy manejable. Específicamente, ampliamos el plazo promedio de nuestra deuda, de siete a aproximadamente nueve años, además de reducir la tasa de interés promedio. Asimismo, mantuvimos nuestra política de tener un máximo de cero exposición a deuda neta en dólares.

Hoy contamos con un perfil de deuda conveniente y conservador, ya que más de 80% de nuestra deuda tiene vencimiento más allá de 2025.

**Nuestro programa de eficiencia Fuel for Growth, que desplegamos en 2019, nos ha permitido no sólo hacer frente a la pandemia sino surgir de ella como una organización más ágil, totalmente enfocada en nuestros clientes.**



**¿Podrías comentarnos la situación actual del programa de eficiencia Fuel for Growth? ¿Cuáles son los ahorros?**

Nuestro programa de eficiencia Fuel for Growth, que desplegamos en 2019, nos ha permitido no sólo hacer frente a la pandemia sino surgir de ella como una organización más ágil, totalmente enfocada en nuestros clientes.

Además de permitirnos un ahorro de más de US\$416 millones durante el año, este programa multianual se enfoca en una serie de ambiciosas iniciativas de productividad y eficiencia, diseñadas para fortalecer a nuestra organización mediante nuevas maneras de trabajar, eliminando redundancias y apalancando nuestros facilitadores digitales para reducir nuestra base de costos, además de generar fondos para apoyar nuestras iniciativas estratégicas y reinvertir en nuestro negocio para continuar impulsando nuestro crecimiento.

Entre otras iniciativas, para el año próximo buscamos implementar nuestro programa de presupuesto base cero, lo cual nos permitirá definir presupuestos más flexibles, operaciones más enfocadas, reducir costos y tener una ejecución más disciplinada.

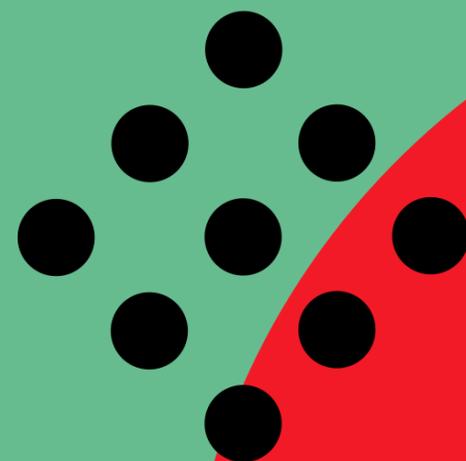
**Por último, ¿podrías describir brevemente cuál es la visión de Coca-Cola FEMSA a futuro respecto a la asignación de capital, especialmente con relación a fusiones y adquisiciones?**

En este momento, tenemos una excelente posición financiera y operativa para aprovechar selectivamente las ventajas de alguna oportunidad inorgánica de negocio que pudiera surgir. Podríamos apoyarnos no sólo en nuestro sólido balance sino en nuestras sobresalientes capacidades operativas para integrar y aprovechar las sinergias de una nueva adquisición.

De esta manera, continuaremos apalancándonos en nuestro enfoque disciplinado en la asignación de capital, al evaluar oportunidades inorgánicas de crecimiento desde una perspectiva estratégica y de valor. Entre nuestros criterios, tal como vimos con los ejemplos de nuestras adquisiciones recientes, buscamos tener una valuación correcta, que incluya sinergias claramente identificables; que den escala a nuestro negocio y proporcionen liquidez a nuestros accionistas; diversificando nuestras operaciones en cuanto a geografías y monedas; y amplíen nuestro portafolio con categorías de bebidas que tengan un futuro prometedor.

**Entrevista a nuestro Director de Asuntos Corporativos**

**José Ramón Martínez, Director de Asuntos Corporativos, nos habla sobre la actualización de la estrategia de sostenibilidad, así como sobre los principales logros en gestión ambiental y en el fortalecimiento de comunidades locales.**



José Ramón Martínez  
**Director de Asuntos Corporativos**



## ¿Cuáles considerarías los principales logros en sostenibilidad de Coca-Cola FEMSA durante 2020?

2020 fue un año de grandes retos en el contexto social y empresarial, derivados de una de las pandemias más severas en la historia moderna de la humanidad. Conscientes de ello, en Coca-Cola FEMSA empatizamos con las familias de quienes sufrieron y lamentablemente perdieron la batalla contra COVID-19.

Debido a la relevancia de nuestro papel para mantener la economía en movimiento, y rehidratar y alimentar a las comunidades a quienes tenemos el privilegio de servir, fuimos considerados como actividad esencial, una clasificación que no tomamos a la ligera. Impulsados por nuestro propósito de refrescar al mundo, continuamos operando, tomando en cuenta todas las medidas de seguridad para proteger a nuestra fuerza laboral, siempre comprometidos con encontrar la manera más eficiente y sostenible de poner en manos de los consumidores la bebida de su preferencia, a toda hora, en cualquier lugar.

En este entorno de negocios, nos seguimos enfocando en la estrategia de sostenibilidad. Concluimos nuestro Marco de Sostenibilidad 2020 y el año resultó ser una

historia de éxito de metas alcanzadas; de nuevas ambiciones para los próximos años bajo un marco actualizado; y de logros importantes. Algo muy relevante fue haber logrado ser la primera compañía mexicana que recibió la aprobación oficial de la Science Based Targets initiative (SBTi) para nuestros objetivos de reducir nuestras emisiones para 2030, en línea con lo necesario para evitar el aumento de la temperatura global a menos de 2° C por arriba de los niveles preindustriales. También colocamos en el mercado el primer bono verde del Sistema Coca-Cola, la emisión más grande de una empresa latinoamericana.

## ¿Cómo describirías la creciente integración de la sostenibilidad, y su marco, a las prioridades de negocio de la compañía?

En 2020, logramos un hito al cumplir con las metas para 2020 y darle continuidad a nuestra estrategia. Llevamos a cabo un análisis de materialidad para garantizar que las prioridades de sostenibilidad estén alineadas con las expectativas de los grupos de interés y las necesidades del negocio durante los próximos años. Mediante este análisis, desarrollamos un nuevo grupo de prioridades.

- Comprender el papel de Coca-Cola FEMSA como parte de toda una cadena de valor.
- Posicionar la cadena de valor de Coca-Cola FEMSA dentro de una sociedad cuyas expectativas deben cumplirse.
- Comprender el papel que desempeñan, tanto la compañía como la sociedad, para respetar los límites ambientales.

Como resultado de este proceso, identificamos 45 temas materiales que determinan las líneas de acción específicas en la cadena de valor de Coca-Cola FEMSA para garantizar la sostenibilidad de nuestro negocio, grupos de interés y comunidades donde operamos.

También mantuvimos los tres ejes que nos han guiado desde la creación de nuestra primera estrategia de sostenibilidad en 2013 —Nuestra Gente, Nuestro Planeta y Nuestra Comunidad. Hoy los hemos fortalecido con un nuevo enfoque en la cadena de valor, orientado a las expectativas de la sociedad, el compromiso con los grupos de interés y los esfuerzos constantes de cuidar el medio ambiente, a la vez de crear valor económico y social en colaboración con nuestros grupos de interés.

## ¿Cuál crees que es el papel de Coca-Cola FEMSA frente al cambio climático?

En primer lugar, reconocemos que el cambio climático es una amenaza real e inminente a la manera como estamos acostumbrados a vivir. Conscientes de ello, estamos convencidos de que es necesario realizar un esfuerzo con bases científicas, que involucre a diversos grupos de interés, para que la humanidad pueda resolver esta amenaza urgente y, en Coca-Cola FEMSA, tenemos el compromiso de cumplir con nuestra parte.

Hablando de compromisos, rebasamos nuestra meta para 2020 de abastecer 85% de las necesidades energéticas de nuestras operaciones de manufactura en México con energías limpias; de hecho, en diciembre de 2020 logramos satisfacer 96% de estos requerimientos con fuentes de energía limpias. Adicionalmente, y alineados con la meta de limitar el calentamiento global a menos de 2° C por encima de niveles preindustriales, hemos aumentado nuestra ambición de reducir las emisiones en nuestra cadena de valor, además de otros compromisos acordes con la Estrategia para el Cambio Climático de

## ¿Cuál es el enfoque estratégico de Coca-Cola FEMSA en la gestión del recurso hídrico?

Coca-Cola FEMSA. Específicamente, ahora nuestros compromisos para 2030, con línea base en 2015, son:

- Reducir 50% las emisiones absolutas de gases de efecto invernadero de operaciones propias (alcances 1 y 2).
- Reducir 20% las emisiones absolutas de gases de efecto invernadero de nuestra cadena de valor (incluyendo la adquisición de bienes y servicios, así como el transporte y la distribución).
- Abastecer nuestras operaciones con 100% de energía eléctrica renovable.

Es importante mencionar que, cuando hablamos de “emisiones absolutas”, estamos desvinculando la dimensión de la empresa de las emisiones de gases de efecto invernadero; esto significa que, al margen del tamaño que tenga la compañía en 2030, nuestras emisiones serán menos intensivas que en 2015.

Tenemos el compromiso de utilizar este recurso natural en nuestras operaciones de manera eficiente, y de regresarle al medio ambiente y a las comunidades la misma cantidad de agua que utilizamos para producir nuestras bebidas, además de protegerla, no sólo para nuestro uso sino también para que las comunidades la disfruten ahora y en el futuro. De 2010 a 2020, hemos mejorado significativamente nuestra relación de uso de agua en 24%, para lograr 1.49 litros de agua por litro de bebida producida, alcanzando la meta para 2020. Además, actualmente regresamos al medio ambiente más de 100% del agua que empleamos para producir nuestras bebidas en Brasil, Colombia, México, Centroamérica y Argentina.

De acuerdo con nuestro compromiso con la conservación del agua, y en colabora-

ción con Fundación FEMSA, llevamos a cabo proyectos para mejorar la calidad de vida de las comunidades, al ayudar a proporcionarles agua segura, mejor saneamiento y educación en higiene. También trabajamos para fortalecer los fondos de agua y conservar las cuencas hídricas mediante iniciativas sostenibles, en alianza con diversos grupos de interés.

Este año, para continuar con los esfuerzos de conservación, lanzamos en México el Fondo de Agua Cauce Bajío, conjuntamente con la Alianza Latinoamericana de Fondos de Agua, que está integrada por Fundación FEMSA, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Fondo para el Medioambiente Mundial, The Nature Conservancy y la Iniciativa Internacional de Protección del Clima.



## ¿Cuál es el enfoque estratégico de Coca-Cola FEMSA respecto a la gestión adecuada de residuos?

Estamos convencidos de que la mejor manera de enfrentar este reto es mediante un enfoque colaborativo entre diversos grupos de interés, con base en un mercado orientado a la economía circular, que exige que cada una de las partes se responsabilice por su propia generación de residuos. De acuerdo con este enfoque, estamos haciendo todo lo posible por ser parte de la solución.

Al tener el compromiso de largo plazo de enfrentar colectivamente el reto de la gestión de residuos, y alineados con el compromiso de The Coca-Cola Company de lograr Un Mundo sin Residuos, podemos decir con orgullo que, en los principales mercados donde operamos, la recolección y el reciclaje alcanzan más de 50% en botellas de PET, lo que nos ubica en la dirección correcta hacia nuestra meta de recolectar 100% de las botellas de PET que colocamos en el mercado para 2030.

Sabemos que esta tarea representa un reto, pero confiamos en que, con el apoyo y la corresponsabilidad de todos los actores de la cadena de valor, lograremos nuestra meta. Y, lo más importante, he-

mos emprendido este esfuerzo concertado junto con iniciativas actuales de aligerar el peso de los empaques, optimizar el uso de PET e incorporar material reciclado en nuestras botellas.

En 2020, utilizamos un promedio de 29% de material reciclado en nuestras botellas de PET, superando nuestra meta de 25% para 2020; esperamos ampliarla para incluir 50% de materiales reciclados en los empaques de PET para 2030. También avanzamos en el programa de Zero Waste, ya que dos terceras partes de nuestras 49 plantas embotelladoras han logrado esta certificación.

## ¿Cómo enfocó Coca-Cola FEMSA el desarrollo comunitario, particularmente ante la pandemia de COVID-19?

En retrospectiva, este aspecto de nuestra estrategia de sostenibilidad exigió la mayor resiliencia e innovación. En lugar de llevar a cabo las iniciativas de participación y desarrollo comunitario que habíamos planeado para este año, priorizamos la seguridad y el bienestar de nuestros colaboradores, clientes, consumidores y comunidades, además de fortalecer nuestro balance y flujo de efectivo de acuerdo con el marco de gestión integral que implementamos aceleradamente al inicio de la pandemia.

Como compañía de bebidas líder, hemos compartido nuestros recursos para seguir construyendo sobre las acciones ya realizadas en las comunidades donde opera-

mos. Durante la emergencia sanitaria, en solidaridad con las comunidades, y para apoyar a los profesionales de la salud, nuestra compañía participó en la donación de más de 3.8 millones de litros de bebidas a centros médicos y comunidades vulnerables; también apoyamos en la comunicación de medidas preventivas, la ampliación de capacidad hospitalaria y la distribución de 1.9 millones de insumos médicos.

Al priorizar la salud y seguridad de nuestros colaboradores y enfocarnos en las necesidades de clientes, consumidores y comunidades, reforzamos el compromiso de Coca-Cola FEMSA de crear valor económico, además de generar bienestar social y ambiental.



# NUESTRO EQUIPO DIRECTIVO



**John Santa Maria Otazua**  
DIRECTOR GENERAL

Nuestro experimentado equipo directivo, guiado por nuestro propósito de refrescar el mundo a cualquier hora, en cualquier lugar, nos permite estar a la altura de los retos actuales y surgir de ellos aún más fortalecidos. Juntos, año tras año, aportan valor económico y social, además de generar bienestar ambiental para nuestros grupos de interés.

Sustentados en nuestro ADN KOF, impulsan nuestras fortalezas para dirigir no sólo la transformación y el crecimiento de nuestro negocio, sino para alcanzar nuestras prioridades estratégicas de largo plazo. Así, empoderados con su ejemplo, buscamos consolidar nuestro liderazgo en la industria global de bebidas, aprovechando avenidas clave para el crecimiento y la creación de valor hacia el futuro.

John Santa Maria ingresó a Coca-Cola FEMSA en 1995 y, a partir de 2014, ocupa su cargo actual. Cuenta con 38 años de experiencia en la industria de bebidas, y ha ocupado diversos cargos de alta dirección en nuestra organización, tales como Director de Operaciones de la División Sudamérica, la División México y en otras áreas funcionales de liderazgo senior como Planeación Estratégica, Desarrollo Comercial, y Fusiones y Adquisiciones. Es integrante de los consejos de administración de Banco Compartamos, de la American School Foundation, Coca-Cola FEMSA y de la Fundación FEMSA. Tiene licenciatura y una maestría en Administración con concentración en Finanzas por la Southern Methodist University.



**Constantino Spas Montesinos**  
DIRECTOR DE FINANZAS

Constantino Spas se integró a Coca-Cola FEMSA en 2018 como Director de Planeación Estratégica y, a partir de 2019, ocupa su cargo actual. Tiene más de 25 años de experiencia en el sector de alimentos y bebidas en Latinoamérica, con una sólida trayectoria en compañías como Bacardí, Kraft Foods, SAB Miller, Grupo Mavesa y Empresas Polar. Cuenta con licenciatura en Administración de Empresas por la Universidad Metropolitana de Caracas, Venezuela, y maestría en Administración por Goizueta Business School, de Emory University, de Atlanta, Georgia.



**Karina Awad Pérez**  
DIRECTORA DE RECURSOS HUMANOS

Karina Awad ingresó a Coca-Cola FEMSA en 2018 para ocupar su cargo actual. Tiene casi 29 años de experiencia en el área de Recursos Humanos, ya que previamente trabajó como Vicepresidente Senior de Recursos Humanos de Walmart México y Centroamérica, y Vicepresidente de Recursos Humanos de Walmart Chile. Desde el 2021, es socia del International Women Forum en México y ha recibido múltiples reconocimientos tanto en Chile como en México, por su trabajo y su rol en lo que a liderazgo femenino se refiere y también por su aportación e influencia en el ámbito de Recursos Humanos en Latinoamérica. Es licenciada en Psicología por la Universidad Católica de Chile y tiene maestría por la Escuela de Administración Adolfo Ibáñez, de Miami. También tiene una certificación de Coach Ejecutivo por Newfield Co.



**Rafael Suárez Olaguíbel**  
DIRECTOR DE TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y TRANSFORMACIÓN

Rafael Suárez inició su carrera en la industria en 1981 en The Coca-Cola Company. En 1986, ingresó a Coca-Cola FEMSA y fue nombrado a su cargo actual en 2018. Con cerca de 40 años de experiencia en la industria de bebidas, anteriormente ocupó diversos cargos de alta dirección como encargado de nuestras operaciones en Argentina, Colombia, Costa Rica, Guatemala, Nicaragua, Panamá y Venezuela; Director de Nuevos Negocios en Coca-Cola FEMSA; Director de Operaciones en la división Latin Centro; Director de Planeación y Desarrollo Estratégico de Coca-Cola FEMSA y Director de Operaciones en México. El señor Suárez tiene licenciatura en Economía por el ITESM y maestría en Administración por la EGADE Business School del ITESM.<sup>1</sup>

1. A partir del 1 de enero de 2021, Ignacio Echevarría asumió el cargo de Director Digital y de Tecnologías de la Información, reportando directamente a nuestro CEO, asumiendo las responsabilidades de TI que anteriormente supervisaba Rafael Suárez, quien continuará enfocando su rol en la transformación y el desarrollo comercial.



**Rafael Ramos Casas**

DIRECTOR DE CADENA DE SUMINISTRO E INGENIERÍA



**José Ramón Martínez Alonso**

DIRECTOR DE ASUNTOS CORPORATIVOS



**Fabricio Ponce Garcia**

DIRECTOR DE OPERACIONES División México



**Ian M. Craig Garcia**

DIRECTOR DE OPERACIONES División Brasil



**Eduardo G. Hernández Peña**

DIRECTOR DE OPERACIONES División Latinoamérica

Después de ingresar a Coca-Cola FEMSA en 1999, Rafael Ramos fue nombrado a su cargo actual en 2018. Cuenta con más de 30 años de experiencia en la industria de bebidas, ya que anteriormente se desempeñó en diversos puestos directivos, incluyendo Director de Manufactura para el Sureste de México, Director de Manufactura y Logística, Director de Cadena de Suministro para México y Centroamérica y Director de Cadena de Suministro de FEMSA Comercio. Rafael Ramos cuenta con una licenciatura en Ingeniería Bioquímica y una maestría en Administración con especialidad en Agronegocios de la EGADE Business School.

José Ramón Martínez se incorporó a Coca-Cola FEMSA en 2012 y ocupa su cargo actual desde 2016. Tiene 34 años de experiencia en el Sistema Coca-Cola, donde ha ocupado diversos cargos de alta dirección, entre ellos, Director de Operaciones de Brasil, Director de Planeación Estratégica en Sudamérica y Director de Asuntos Corporativos en México y Centroamérica. Es Ingeniero Químico por la Universidad La Salle y cursó estudios de posgrado en Administración de Producción en Georgia Institute of Technology; Planeación Estratégica en la Universidad de Stanford; Finanzas en la Escuela Superior de Administración John E. Anderson de UCLA; y Administración de Empresas en el Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresas (IPADE).

Fabricio Ponce ingresó a Coca-Cola FEMSA en 1998 y, en 2019, fue nombrado a su cargo actual. Cuenta con más de 22 años de experiencia en la industria de bebidas, y previamente ocupó diversos cargos de alta dirección general, como Director de Operaciones en Filipinas, Director General en Centroamérica, Argentina y Colombia, y Director de Planeación para Latinoamérica. Antes de unirse a Coca-Cola FEMSA, fungió como Managing Director para Heineken en Brasil y como Consultor Senior en Bain & Company. Cursó la licenciatura en Ingeniería Agrícola y una maestría en Economía en el INCAE Business School de Costa Rica.

Ian Craig se integró a Coca-Cola FEMSA en 2003 y ocupa su cargo actual desde 2016. Cuenta con más de 26 años de experiencia en la industria de bebidas, y anteriormente ocupó otros puestos directivos, incluyendo Director de Operaciones en Argentina, Director de Finanzas y Planeación Estratégica de la División Sudamérica, Director de Finanzas, Planeación y Asuntos Corporativos en la región Mercosur, y Director Corporativo de Finanzas y Tesorería en Coca-Cola FEMSA. Cuenta con una licenciatura en Ingeniería Industrial por el ITESM y una maestría en Administración por la Booth School of Business de la Universidad de Chicago, y maestría en Derecho Comercial Internacional por el ITESM.

Ingresó a Coca-Cola FEMSA en 2015 y ocupa su cargo actual desde 2018. Con más de 31 años de experiencia en la industria de bebidas, ocupó previamente diversos cargos directivos, incluyendo Director de Planeación Estratégica y Director de Nuevos Negocios en Coca-Cola FEMSA. Antes de unirse a Coca-Cola FEMSA, fungió como director General en Gloria Alimentos y como Director de la división de cerveza en Empresa Polar Venezuela. Eduardo Hernández obtuvo la licenciatura en Administración de Empresas en la Universidad Metropolitana de Caracas, Venezuela, y una maestría en Administración en la Kellogg School of Management de Northwestern University.

# NUESTRA PRESENCIA

Tenemos el privilegio de atender a más de 265 millones de personas a través de 1.9 millones de puntos de venta en 9 países en Latinoamérica con un amplio portafolio de marcas líderes en 10 categorías de bebidas.



CARBONATADAS

**2,611** | **14,535**  
Volumen | Transacciones



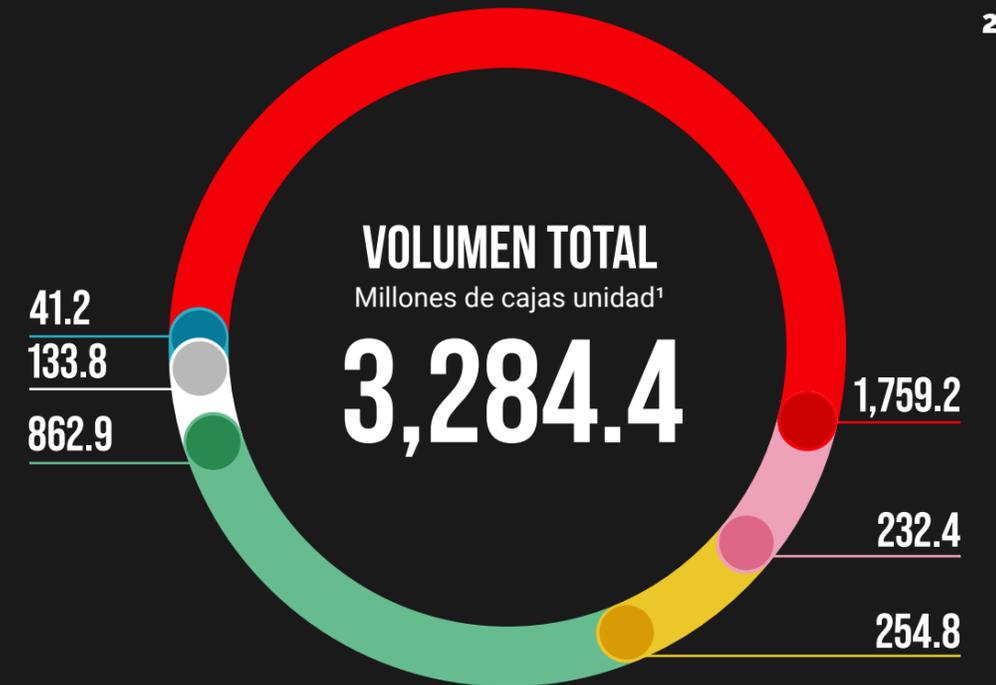
AGUA Y GARRAFÓN

**470** | **1,250**  
Volumen | Transacciones



NO CARBONATADAS

**203** | **1,614**  
Volumen | Transacciones



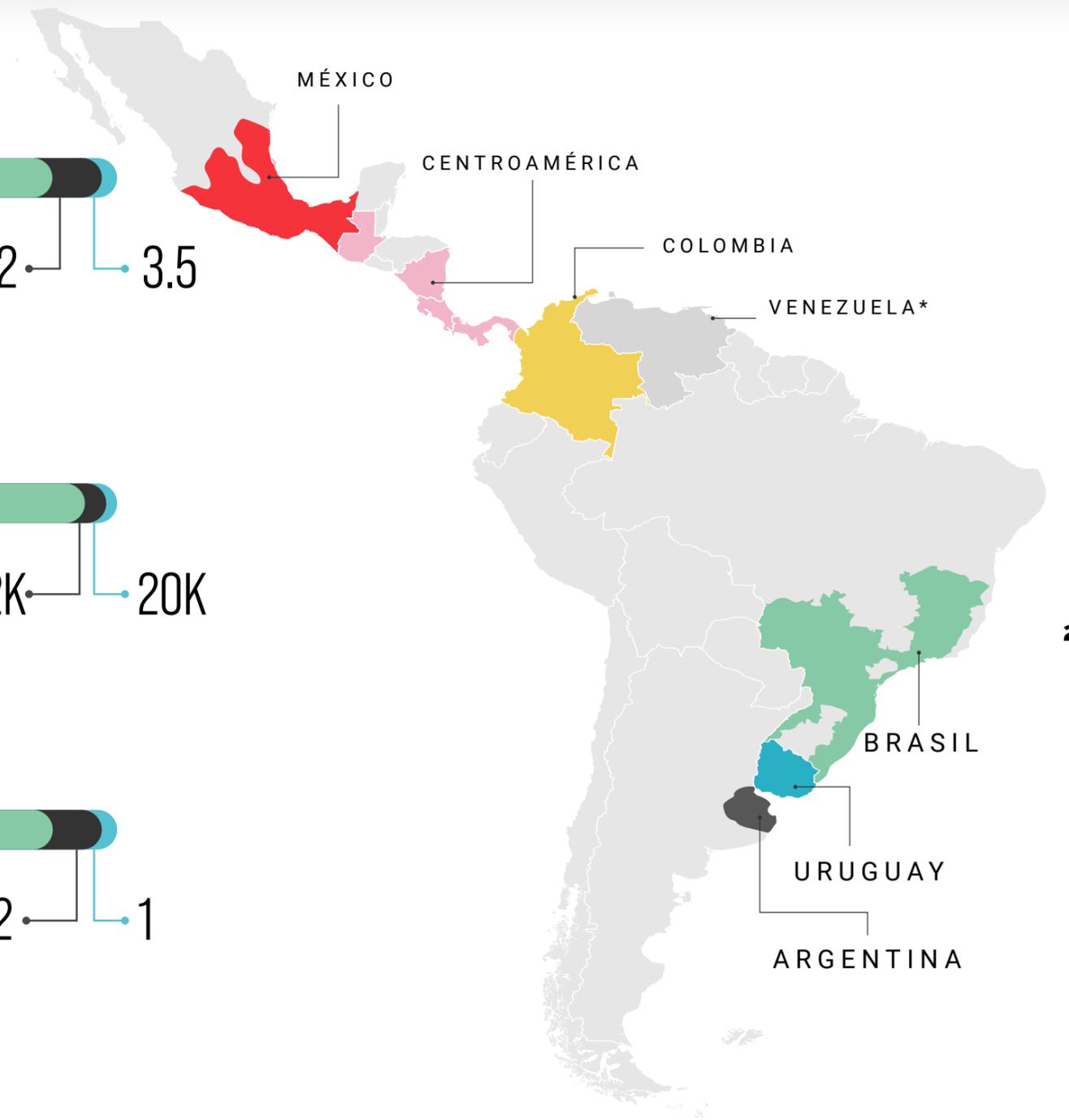
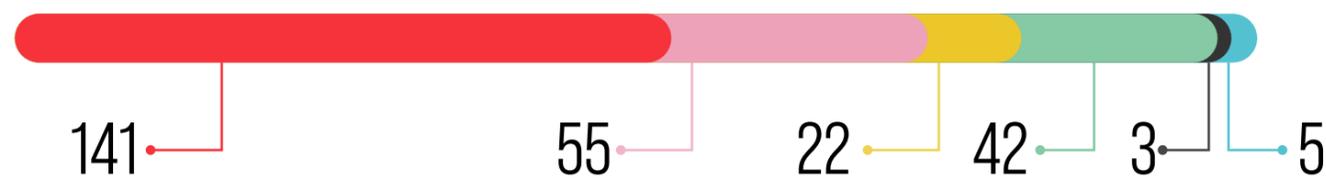
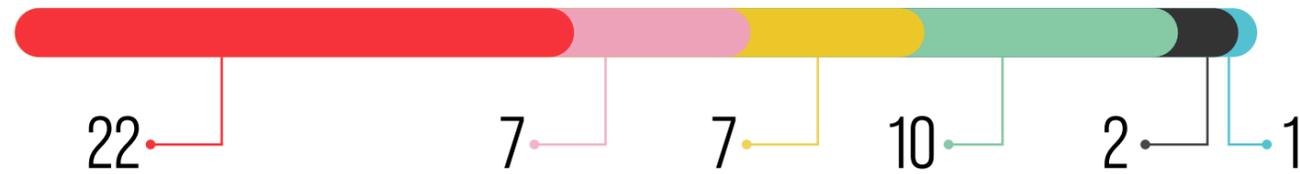
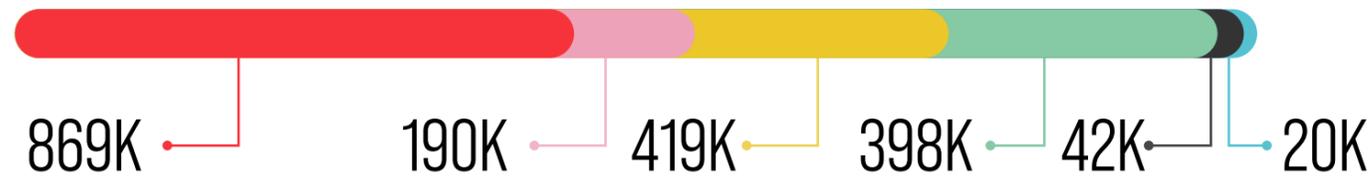
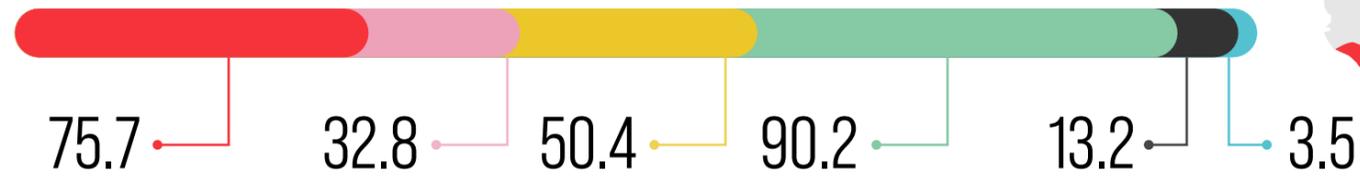
1. Caja unidad es una unidad de medida equivalente a 24 porciones de 8 onzas.

**+265**  
millones  
población atendida

**+1.9**  
millones de  
puntos de venta

**49**  
plantas

**268**  
centros de  
distribución



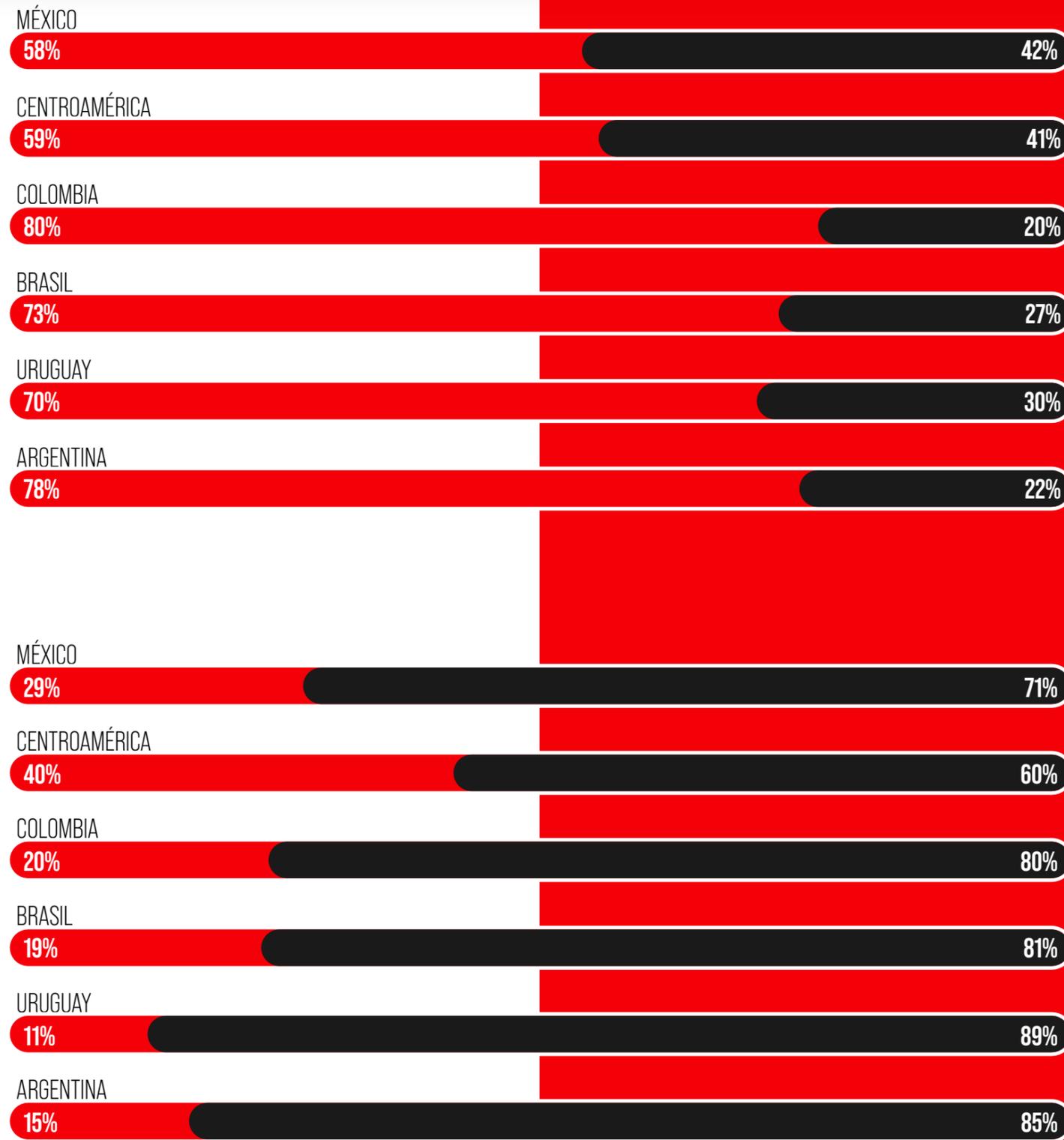
\* A partir del 31 de diciembre del 2017, Venezuela se reporta como inversión en acciones, es decir, como una operación no consolidada



Mezcla de producto por tamaño

PERSONAL

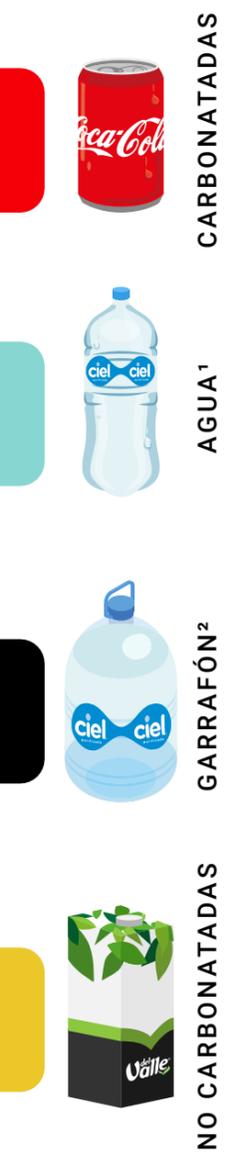
NO RETORNABLE



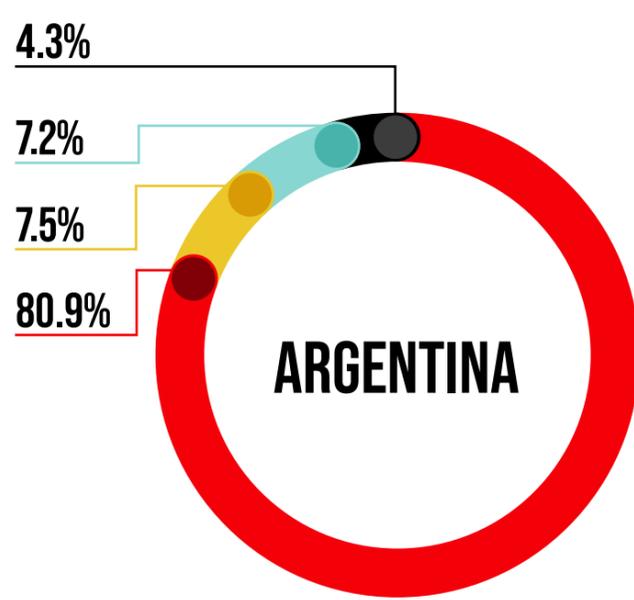
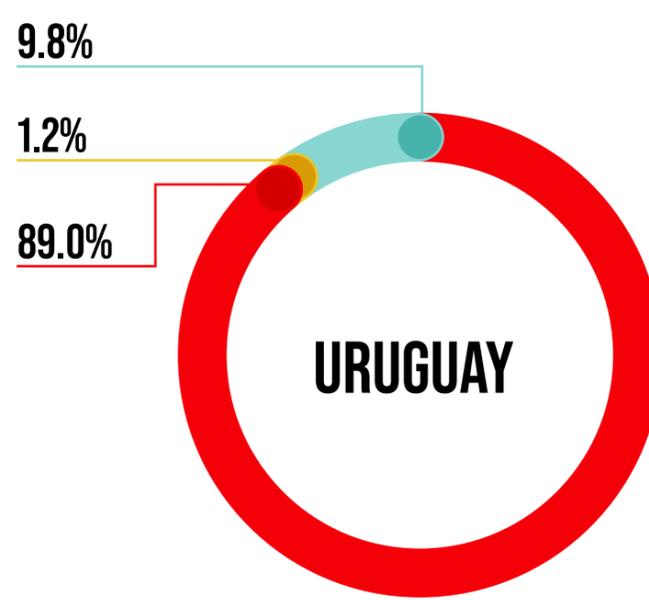
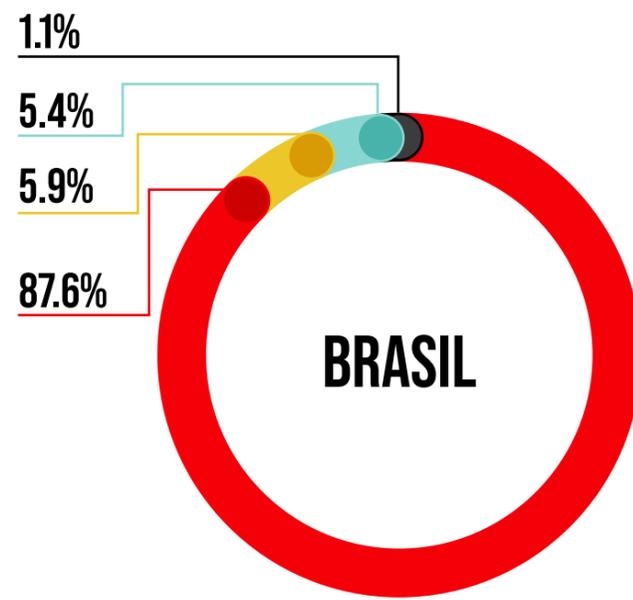
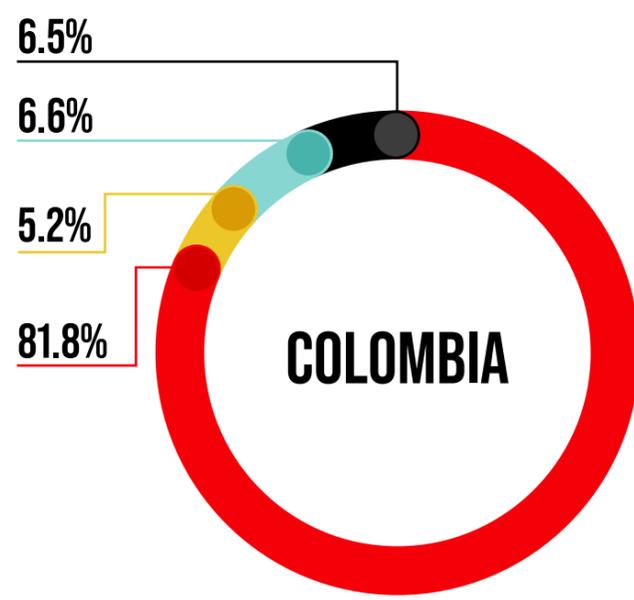
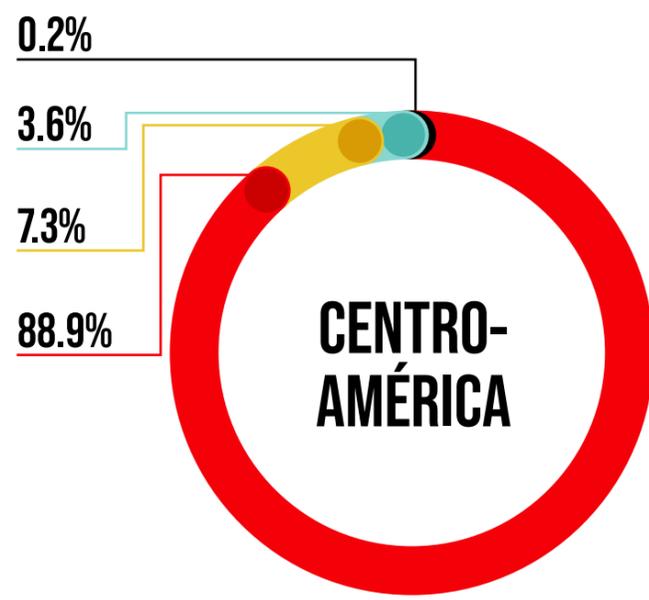
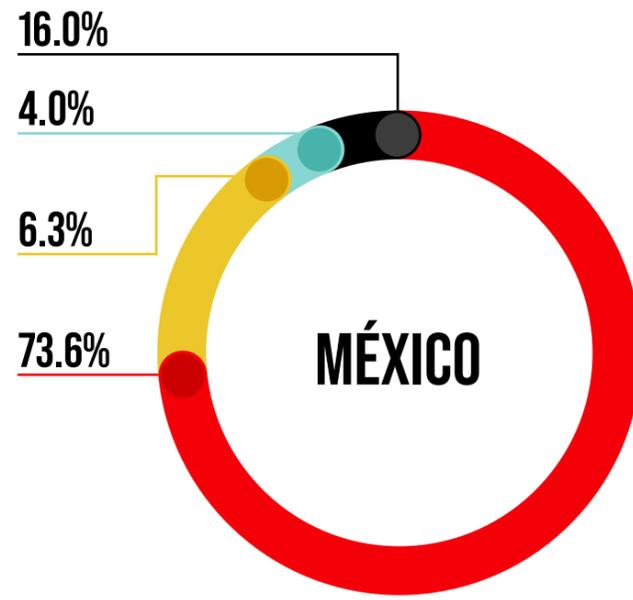
Mezcla de producto por empaque

FAMILIAR  
RETORNABLE





# MEZCLA DE PRODUCTO POR CATEGORÍA



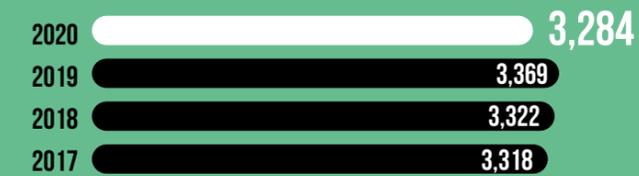
1. Excluye agua embotellada en presentaciones iguales o mayores a 5.0 litros. Incluye agua saborizada.  
 2. Garrafón – agua embotellada en presentaciones iguales o mayores a 5.0 litros. Incluye agua saborizada.  
 Dado que algunas cifras de este informe anual integrado están redondeadas, es posible que los totales no sean exactamente iguales a la suma de cifras presentadas.

# RESUMEN FINANCIERO

A pesar de los importantes desafíos que surgieron por la pandemia COVID-19, 2020 fue un año de resiliencia y transformación continua para Coca-Cola FEMSA. No sólo enfrentamos la pandemia con excelencia operativa, sino que también continuamos avanzando agresivamente en todos los frentes estratégicos y digitales.

## VOLUMEN DE VENTAS

millones de cajas unidad<sup>1</sup>



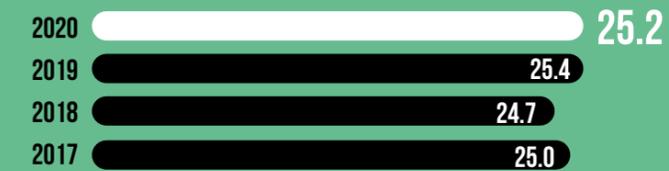
## INGRESOS TOTALES

Miles de millones de pesos mexicanos



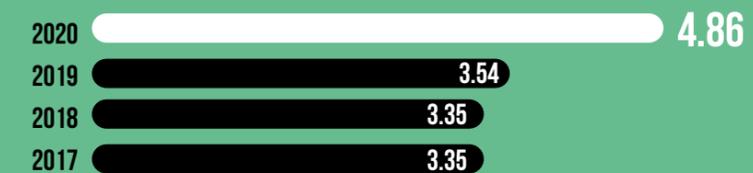
## UTILIDAD DE OPERACIÓN

Miles de millones de pesos mexicanos



## DIVIDENDOS POR ACCIÓN

Pesos mexicanos



● 2020    ● años pasados

1. Caja Unidad es una unidad de medida que equivale a 24 porciones de 8 onzas de bebida terminada.
2. 2017 está representado sin Filipinas.
3. A partir del 31 de diciembre de 2017, Venezuela se reporta como inversión en acciones, es decir, como una operación no consolidada.

	2020 USD <sup>1</sup>	2020 MXN	2019 MXN	% Cambio
<b>Volumen de ventas</b> (millones de cajas unidad)	3,284.4	3,284.4	3,368.9	-2.5%
<b>Ingresos totales</b>	9,231	183,615	194,471	-5.6%
<b>Utilidad de operación</b>	1,269	25,243	25,423	-0.7%
<b>Utilidad neta de la participación controladora<sup>2</sup></b>	518	10,307	12,101	-14.8%
<b>Activos totales</b>	13,225	263,066	257,839	2.0%
<b>Deuda a largo plazo y documentos por pagar</b>	4,145	82,461	58,492	41.0%
<b>Participación controladora</b>	5,875	116,874	122,934	-4.9%
<b>Inversión en activo fijo</b>	521	10,354	11,465	-9.7%
<b>Valor en libros por acción<sup>3</sup></b>	0.35	6.95	7.31	-4.9%

Millones de pesos mexicanos y dólares de Estados Unidos al 31 de diciembre de 2020 (excepto la información de volumen de ventas y por acción). Resultados bajo Normas Internacionales de Información Financiera.

1. Las cantidades en pesos mexicanos han sido convertidas a dólares de Estados Unidos utilizando el tipo de cambio publicado por el Consejo de la Reserva Federal de los Estados Unidos el 31 de diciembre de 2020, cuyo tipo de cambio fue de Ps.19.89 por US\$1.00.
2. A partir del 31 de diciembre de 2017, la compañía cambió el método para reportar Coca-Cola FEMSA Venezuela, a método de valor razonable. Derivado de este cambio, un cargo por conversión de moneda extranjera registrado en el capital fue reclasificado como un cargo virtual único a la línea de otros gastos no operativos del Estado de Resultados de acuerdo con IFRS.
3. Con base en 16,806.7 millones de acciones ordinarias en circulación al 31 de diciembre de 2020 y 2019.

# RESUMEN DE SOSTENIBILIDAD

En Coca-Cola FEMSA estamos convencidos de que para crear valor económico sostenible debemos de generar simultáneamente valor social con todos nuestros grupos de interés.

**01** En 2020 distribuimos en las economías donde operamos más de US\$7.2 mil millones en pagos a proveedores, salarios y beneficios de nuestros colaboradores, inversiones de capital en activos de largo plazo, dividendos pagados a los accionistas, impuestos pagados a los gobiernos e inversión comunitaria y donaciones.

**02**

**+US\$20** MILLONES

invertidos y donados a comunidades e instituciones.



**03**

**+7.2** MILLONES

beneficiarios de nuestras iniciativas de estilos de vida saludable.



**04**

**2.17** MILLONES

horas de voluntariado acumuladas desde 2015.



**05**

**1.49** LITROS

de agua utilizada por cada litro de bebida producido.



**06**

**17,000** MILLONES

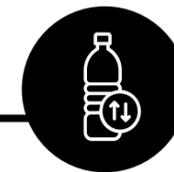
de litros de agua ahorrados desde 2015.



**07**

**29%**

de PET reciclado en promedio en nuestras botellas plásticas.





08

98%

reciclaje o disposición adecuada de los desechos post-industriales.



09

2/3

de nuestras 49 plantas de manufactura tienen certificación Zero Waste.



10

80%

de nuestra electricidad para manufactura proviene de fuentes limpias.



11

1era

compañía mexicana aprobada por la Science Based Target initiative (SBTi) por nuestras metas de reducción de GEI.



12

US\$705 MILLONES

bono verde más grande emitido por una compañía latinoamericana y primero dentro del Sistema Coca-Cola.



13

3.8 MILLONES

de litros de bebida donados a poblaciones vulnerables, profesionales de la salud y trabajadores de primera línea contra la pandemia de COVID-19.



14

ESTAMOS EN EL TOP

15%

de compañías liderando la Agenda de Sostenibilidad de acuerdo con el S&P Sustainability Yearbook 2021.



15

3era

ocasión consecutiva en ser incluidos en el Índice de Equidad de Género de Bloomberg.



## Resumen de los términos de la oferta

Emisora	Coca-Cola FEMSA SAB de CV
Formato	Senior Unsecured Green Bond
Ratings	A2 (Moody's) / A- (Fitch)
Tamaño	US\$705MM
Colocación	26 agosto 2020
Madurez	1 septiembre 2032
Cupón/ Rendimiento y Spread	1.850% / 1.887% UST10Y+120bps
Precio Emisión	99.604%
Canje Opcional	3-month par call, MWC

### Una transacción de muchos "primeros":

- Primera emisión de KOF de un bono verde
- Bono verde más grande emitido a la fecha por un corporativo latinoamericano
- Primero del Sistema Coca-Cola
- Primer corporativo mexicano en emitir un bono verde
- Cupón más bajo para una madurez +10 años obtenido por una emisora latinoamericana

# HISTORIA DE ÉXITO

## EL BONO VERDE MÁS GRANDE EMITIDO POR UNA COMPAÑÍA LATINOAMERICANA ES DE KOF

Nuestra estrategia de sostenibilidad y compromisos medioambientales son piedra angular de nuestra forma de hacer negocios. Emitir un bono verde es coherente con el impulso para maximizar el impacto de nuestras iniciativas de cuidado del medio ambiente, lograr nuestros objetivos de sostenibilidad y contribuir también al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (ODS).

En septiembre de 2020, emitimos con éxito nuestro primer bono verde para financiar la transición hacia operaciones bajas en carbono, fortalecer nuestra resiliencia y minimizar nuestra exposición a los riesgos ambientales, al mismo tiempo que somos conscientes y restauradores del medio ambiente, a través de inversiones y gastos que garantizan la sostenibilidad de nuestro modelo de negocio en tres áreas estratégicas donde podemos generar el impacto ambiental más positivo:



### 01

#### Cambio climático

Mitigando sus riesgos y adaptando nuestras operaciones a sus impactos



### 02

#### Cuidado del agua

Promoviendo el uso eficiente de los recursos hídricos y la seguridad hídrica de los territorios en los que operamos



### 03

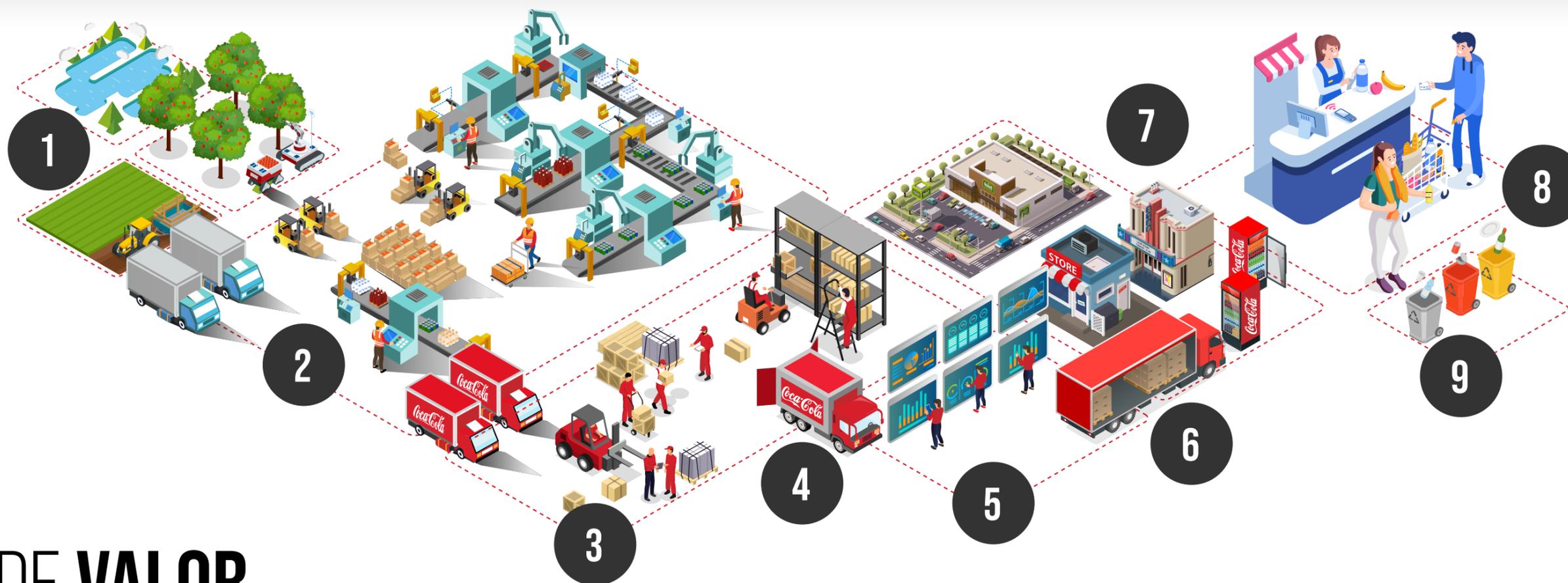
#### Economía circular

Para gestionar el ciclo de vida de las botellas de PET



Para más información, por favor visita:

Nuestro Green Bond Framework  
La opinión externa de Sustainalytics  
Nuestro Primer Reporte de Bono Verde, disponible en el segundo trimestre de 2021



# CADENA DE VALOR

## 1. Ingredientes

Trabajamos con nuestros proveedores para tener las mejores materias primas.

## 2. Manufactura

Con nuestra Plataforma Digital de Manufactura 2.0, producimos bebidas de alta calidad en nuestras plantas, con un uso eficiente de agua y energía.

## 3. Distribución primaria

Desde nuestras plantas de manufactura, enviamos nuestras bebidas a 268 centros de distribución.

## 4. Centro de distribución

La integración de la preventa con nuestro proceso de distribución secundaria sucede en nuestros almacenes automatizados.

## 5. Preventa

Utilizando nuestra Plataforma Digital Comercial KOF atendemos a nuestros clientes en los canales tradicional y moderno, ofreciendo un portafolio ganador de marcas líderes en 10 categorías de bebidas.

## 6. Distribución secundaria

Una vez que el cliente ha generado un pedido, utilizamos nuestra Plataforma de Distribución Digital para desarrollar rutas de distribución óptimas.

## 7. Puntos de venta

Llegamos a más de 1.9 millones de puntos de venta con iniciativas comerciales dirigidas y usamos analíticos de mercado para maximizar nuestra oferta de valor para cada cliente.

## 8. Consumo

Servimos a más de 265 millones de personas, ofreciendo un portafolio total que incluye 10 categorías de bebidas con opciones para cada estilo de vida.

## 9. Reciclaje

Invitamos y ayudamos a nuestros consumidores a desechar adecuadamente y reciclar los empaques de nuestras bebidas.

