

127

RESUMEN FINANCIERO

Cifras expresadas en millones de dólares americanos y de pesos mexicanos, excepto información por acción y número de empleados

	U.S. (*)	2020	2019	2018 (4) (5) (6)	2017 (2) (3) (4)	2016 ⁽¹⁾
ESTADO DE RESULTADOS						
Ingresos totales	9,231	183,615	194,471	182,342	183,256	177,718
Costo de ventas	5,068	100,804	106,964	98,404	99,748	98,056
Utilidad bruta	4,163	82,811	87,507	83,938	83,508	79,662
Gastos operativos	2,838	56,444	60,537	57,924	58,044	55,462
Otros gastos, neto	182	3,611	2,490	1,881	31,357	3,812
Costo integral de financiamiento	336	6,678	6,071	6,943	5,362	6,080
Utilidad antes de impuestos a la utilidad y participación en los resultados de asociadas y negocios conjuntos registrada utilizando el método de participación.	808	16,077	18,409	17,190	(11,255)	14,308
Impuestos	273	5,428	5,648	5,260	4,184	3,928
Participación en los resultados de inversiones de capital, neta de impuestos	(14)	(281)	(131)	(226)	60	147
Utilidad neta consolidada	521	10,368	12,630	15,070	(11,654)	10,527
Propietarios de la controladora	518	10,307	12,101	10,936	(16,058)	10,070
Participación no controladora	3	61	529	768	679	457
RAZONES DE VENTAS (%)						
Margen bruto	45.1	45.1	45.0	46.0	45.6	44.8
Margen neto	5.6	5.6	6.5	8.3	(6.4)	5.9

- 1. Las cifras incluyen la información de los doce meses de los territorios de KOF y un mes de la operación Vonpar Refresscos, S.A. ("Vonpar").
- 2. Las cifras del estado de resultados incluyen la información de los doce meses de los territorios de KOF doce meses de la operación Coca-Cola FEMSA de Venezuela.
- 3. Las cifras del balance no incluyen los saldos de Coca-Cola FEMSA de Venezuela, debido a su desconsolidación al 31 de diciembre de 2017. Coca-Cola FEMSA de Venezuela se presenta como inversión en acciones al 31 de diciembre de 2017.
- 4. KOF Filipinas fue clasificado como operación discontinua para el estado de resultados al 31 de diciembre de 2017 y 2018.
- 5. El estado de resultados incluye ocho meses del resultado por crecimiento inorgánico en Guatemala.
- 6. El estado de resultados incluye seis meses del resultado por la adquisición de Montevideo Refrescos en Uruguay.
- 7. Incluye inversiones en propiedades, planta y equipo, equipo de refrigeración y botellas retornables y cajas, neto de bajas de propiedades, planta y equipo.
- 8. Calculado con 16,806.7 millones de acciones al 31 de diciembre de 2020, 2019, 2018 y 2017 y 16,583.4 millones de acciones al 31 de diciembre de 2016.
- 9. Calculado con base en 16,806.7 para 2020, 2019 y 2018, 16,730.8 para 2017 y 16,598.7 para 2016, millones de acciones promedio en circulación.
- 10. Dividendos pagados durante el año con base en la utilidad neta del año inmediato anterior, utilizando 16,806.7 millones de acciones en circulacion para pago en 2020, 2019 y 2018, 16,583.4 millones para 2017 y 2016.
- 11. Incluye personal tercerizado y en 2017 se excluyen 16,566 empleados de nuestra operación discontinua en Filipinas.
- * Conversion al tipo de cambio del 31 de Diciembre de 2020, Ps. 19.89 por dólar americano, unicamente para conveniencia del lector de acuerdo a la reserva federal de E.U.A.

	U.S. (*)	2020	2019	2018 (4) (5) (6)	2017 (2) (3) (4)	2016 ⁽¹⁾
FLUJO DE EFECTIVO						
Flujo operativo	1,767	35,147	31,289	29,687	33,236	32,446
Inversiones de capital (7)	521	10,354	11,465	11,069	14,612	12,391
Total de efectivo, equivalentes de efectivo.	2,187	43,497	20,491	23,727	18,767	10,476
BALANCE						
Activo circulante	3,642	72,440	56,796	57,490	55,657	45,453
Inversión en acciones	383	7,623	9,751	10,518	12,540	22,357
Propiedad, planta y equipo, neto	2,989	59,460	61,187	61,942	75,827	65,288
Activos intangibles, neto	5,227	103,971	112,050	116,804	124,243	123,964
Impuestos diferidos y otros activos, neto	920	18,294	16,673	17,033	17,410	22,194
Total Activo	13,225	263,066	257,839	263,787	285,677	279,256
PASIVO						
Préstamos bancarios y documentos por pagar a corto plazo	253	5,017	11,485	11,604	12,171	3,052
Intereses por pagar	36	712	439	497	487	520
Otros pasivos circulantes	1,865	37,116	39,086	33,423	42,936	36,296
Préstamos bancarios y documentos por pagar a largo plazo	4,145	82,461	58,492	70,201	71,189	85,857
Otros pasivos a largo plazo	770	15,303	18,652	16,312	18,184	24,298
Total Pasivo	7,069	140,609	128,154	132,037	144,967	150,023
Capital	6,156	122,457	129,685	131,750	140,710	129,233
Participación no controladora en subsidiarias consolidadas	281	5,583	6,751	6,806	18,141	7,096
Capital atribuible a los propietarios de la controladora	5,875	116,874	122,934	124,944	122,569	122,137
RAZONES FINANCIERAS (%)						
Circulante	1.69	1.69	1.11	1.26	1.00	1.14
Pasivo / Capital	1.15	1.15	0.99	1.00	1.03	1.16
Capitalización	0.43	0.43	0.37	0.41	0.39	0.41
Cobertura	5.13	5.13	5.51	4.22	4.20	4.80
INFORMACIÓN POR ACCIÓN						
Valor en libros ⁽⁸⁾	0.350	6.954	7.315	7.434	7.293	7.365
Utilidad atribuible a los propietarios de la controladora ⁽⁹⁾	0.030	0.610	0.723	0.831	(0.765)	0.607
Dividendos pagados (10)	0.031	0.608	0.443	0.419	0.422	0.419
Número de empleados (11)	82,334	82,334	82,186	83,364	79,636	85,140

ANÁLISIS Y **DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

Resultados del Año Terminado el 31 de diciembre de 2020 Comparados con el Año Terminado el 31 de diciembre de 2019

RESULTADOS CONSOLIDADOS

La comparabilidad de nuestro desempeño financiero y operativo en 2020 en comparación con 2019 fue afectada por los siguientes factores:(1) efectos de conversión como resultado de fluctuaciones en el tipo de cambio; y (2) nuestros resultados en Argentina, considerada una economía hiperinflacionaria a partir del 1 de enero de 2018. Para conveniencia del lector, hemos incluido la discusión de la información financiera en una base comparable excluyendo los efectos de conversión derivados de fluctuaciones en el tipo de cambio. Para convertir los resultados de Argentina para los años terminados al 31 de diciembre de 2020 y 2019, se utilizó un tipo de cambio al 31 de diciembre de 2020 de 84.15 pesos argentinos por dólar y un tipo de cambio al 31 de diciembre de 2019 de 59.89 pesos argentinos por dólar respectivamente. La depreciación del tipo de cambio del peso argentino al 31 de diciembre de 2020 en comparación con el tipo de cambio de 2019, fue de 40.5%. Además, la depreciación promedio de las monedas de nuestras operaciones más relevantes respecto del dólar en 2020, en comparación con 2019, fueron: 11.6% para el peso mexicano, 30.7% para el real brasileño y 12.6% para el peso colombiano.

Ingresos Totales. Nuestros ingresos consolidados disminuyeron 5.6% a Ps. 183,615 millones en 2020 en comparación con 2019, principalmente como resultado de un efecto de mezcla desfavorable a causa de la pandemia del COVID-19 y por el efecto negativo de conversión resultante de la depreciación de todas nuestras monedas operativas en Sudamérica en comparación con el peso mexicano, particularmente el real brasileño, que tuvo un efecto de conversión desfavorable del 14.5%. Estos efectos fueron parcialmente compensados por iniciativas de precio y optimización de ingresos favorables. Los ingresos totales incluyen otros ingresos operativos relacionados con el derecho a acreditar

ciertos impuestos en Brasil. Véase Nota 25.2.1 de nuestros estados financieros consolidados. En una base comparable, los ingresos totales habrían disminuido 1.0% en el 2020 en comparación con el 2019.

El volumen total de ventas disminuyó 2.5% a 3,284.4 millones de Cajas Unidad en 2020 en comparación con 2019, principalmente como resultado de medidas adoptadas como resultado de la pandemia del COVID-19, que tuvieron un efecto adverso en nuestros puntos de venta.

- En 2020 el volumen de ventas de nuestro portafolio de Refrescos disminuyó 1.1%; nuestro volumen de ventas de nuestro portafolio de colas disminuyó 0.2%, mientras que el volumen de ventas de nuestro portafolio de Refrescos de sabores disminuyó 5.0% en cada caso en comparación con el 2019.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Bebidas no Carbonatadas disminuyó un 5.0% en 2020 en comparación con 2019.
- El volumen de ventas de Agua embotellada, excluyendo garrafón, disminuyó 22.6% en 2020 en comparación con 2019.
- El volumen de ventas de Agua en garrafón aumentó 0.6% en 2020 en comparación con 2019.

El precio promedio consolidado por Caja Unidad disminuyó 3.5% alcanzando Ps. 50.63 en 2020, en comparación con Ps. 52.46 en 2019, principalmente como resultado de un efecto de mezcla desfavorable y por el efecto negativo de conversión resultante de la depreciación de todas nuestras monedas operativas en Sudamérica en comparación con el peso mexicano. Esto fue parcialmente compensados por incrementos de precio



de acuerdo con o sobre la inflación. En una base comparable, el precio promedio por Caja Unidad se habría mantenido estable en 0.3% en 2020 en comparación con el 2019, impulsado por iniciativas de precio y optimización de ingresos.

Utilidad Bruta. Nuestra utilidad bruta disminuyó un 5.4% a Ps. 82,811 millones en 2020 en comparación con el 2019; con una expansión del margen bruto de 10 puntos base en comparación con 2019 para llegar a 45.1% en 2020. Esta expansión del margen bruto se dio principalmente como resultado de nuestras iniciativas de precio, junto con menores costos de resina PET y precios estables de edulcorantes en la mayoría de nuestras operaciones, mismos que fueron compensados por mayores costos de concentrado en México, mayores costos de concentrado en Brasil a causa de la reducción de créditos fiscales sobre el concentrado comprado en la zona franca de Manaus acompañado de nuestra decisión de suspender dichos créditos fiscales, y la depreciación en el tipo de cambio promedio en la mayoría de nuestras monedas aplicado a nuestros costos de materia prima denominados en dólares. En una base comparable, nuestra utilidad bruta habría disminuido 1.3% en 2020, en comparación con 2019.

Los componentes del costo de ventas incluyen materias primas (principalmente concentrado, edulcorantes y materiales de empaque), costos de depreciación atribuibles a las plantas embotelladoras, salarios y otros costos laborales y ciertos gastos generales. El precio del concentrado se determina como un porcentaje del precio de venta al público de nuestros productos en moneda local, neto de los impuestos aplicables. Los materiales de empaque, principalmente resina PET, aluminio y JMAF, utilizado como edulcorante en algunos países, están denominados en dólares.

Gastos Administrativos y de Ventas. Nuestros gastos administrativos y de ventas disminuyeron 6.8% a Ps. 56,444 millones en 2020 en comparación con 2019. Nuestros gastos administrativos y de ventas como porcentaje de los ingresos totales disminuyeron en 40 puntos base a 30.7% en 2020 en comparación con 2019, principalmente como resultado de eficiencias operativas en gastos laborales, de mantenimiento y mercado-

tecnia. En 2020 continuamos invirtiendo en mercadotecnia en nuestros Territorios para impulsar la ejecución de mercado, incrementar la cobertura de refrigeradores y expandir la disponibilidad de la base de envases retornables.

Otros Gastos Netos. Reportamos otros gastos netos de Ps. 3,611 millones en 2020 en comparación con Ps. 2,490 millones en 2019, cuyo aumento se debió principalmente a otros gastos extraordinarios relacionados con deterioros en Estrella Azul en Panamá y en Leão Alimentos, nuestra asociada de Bebidas No Carbonatadas en Brasil, lo que fue parcialmente compensado por la implementación de nuestro programa de eficiencias para crear una organización más fuerte y ágil. Para más información véase la Nota 10 de nuestros estados financieros consolidados.

Resultado Integral de Financiamiento. El término "resultado integral de financiamiento" hace referencia a los efectos financieros combinados del gasto de interés neto, de los ingresos por intereses, ganancias o pérdidas netas y ganancias o pérdidas netas en la posición monetaria de los países hiperinflacionarios donde operamos. Las ganancias o pérdidas netas por tipo de cambio representan el impacto de las variaciones en el tipo de cambio sobre los activos o pasivos denominados en divisas distintas a la moneda local y cierta utilidad o pérdida como resultado de los derivados. Una pérdida cambiaria tiene lugar si un pasivo se denomina en una divisa extranjera que se aprecia con relación a la divisa local entre la fecha en que se adquiere el pasivo y la fecha en que es pagado, ya que la re-evaluación de la divisa extranjera produce un aumento en la cantidad de moneda local que debe convertirse para el pago de la cantidad específica del pasivo en divisa extranjera.

El resultado integral de financiamiento en 2020 registró un gasto de Ps. 6,678 millones en comparación con un gasto de Ps. 6,071 millones en 2019. Este aumento de 10.0% se debió principalmente a un gasto financiero no recurrente como resultado de la recompra y prepago de las 3.875% Senior Notes. Adicionalmente, incurrimos en un financiamiento a corto plazo como medida preventiva para reforzar nuestra posición de caja. Estos efectos fueron parcialmente contrarrestados por prepagos de deuda.

Impuesto Sobre la Renta. En 2020 nuestra tasa efectiva del impuesto sobre la renta fue 33.8% alcanzando Ps. 5,428 millones en 2020, en comparación con Ps. 5,648 millones en 2019. Nuestro impuesto efectivo sobre la renta aumentó en 2020 en comparación con 2019, como resultado de un efecto neto de deterioros de aproximadamente Ps. 2,349 millones durante el periodo y al incremento en los créditos fiscales por recuperarse Para obtener más información, véase la Nota 25 de nuestros estados financieros consolidados.

Participación en la Pérdida de Inversión de Capital, Neta de Impuestos. En 2020, registramos una pérdida de Ps. 281 millones en la línea de participación en los resultados de inversión de capital, neta de impuestos, debido principalmente a los resultados de Leão Alimentos, nuestra asociada en Brasil y de Estrella Azul en Panamá.

Utilidad Neta de Impuestos Atribuible a la Participación Controladora. La utilidad neta atribuible a la participación controladora fue de Ps. 10,307 millones durante 2020, comparado con Ps. 12,101 millones en 2019. Esta reducción del 14.8% fue impulsada principalmente por las medidas de confinamiento y distanciamiento social relacionadas con la pandemia del COVID- 19 junto con deterioros en las inversiones por el método de participación reconocidos durante el año, que fueron parcialmente compensadas por iniciativas de precio y optimización de ingresos.

RESULTADOS POR SEGMENTO CONSOLIDADO REPORTADO

México y Centroamérica

Ingresos Totales. Los ingresos totales en nuestra división México y Centroamérica disminuyeron 2.3% a Ps. 106,783 millones en 2020 en comparación con 2019, principalmente como resultado de una caída de volumen en México junto con efectos de mezcla desfavorables en nuestros Territorios de la división.

El volumen total de ventas en nuestro segmento consolidado reportado en México y Centroamérica disminuyó 4.0% a 1,991.6 millones de Cajas Unidad en 2020 en comparación con 2019, como resultado de las medidas de confinamiento y distanciamiento social relacionadas con la pandemia del COVID- 19.

- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Refrescos disminuyó 3.1% en 2020 en comparación con el 2019, principalmente por una disminución de 11.3% en el volumen de ventas de nuestro portafolio de Refrescos de Sabores.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Bebidas no Carbonatadas disminuyó un 6.7% en 2020 en comparación con el 2019, principalmente debido a un decremento en el volumen de ventas en México y Centroamérica.
- El volumen de ventas del Agua embotellada, excluyendo el Agua en garrafón, disminuyó 26.5% en 2020 en comparación con 2019, debido a un decremento en el volumen de ventas en México y Centroamérica.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Agua en garrafón se mantuvo estable en 2020 en comparación con 2019.

El volumen de ventas en México disminuyó 4.3% a 1,759.2 millones de Cajas Unidad en 2020, en comparación con 1,838.3 millones de Cajas Unidad en 2019, principalmente como resultado de las restricciones de movilidad y medidas de distanciamiento social relacionadas con la pandemia del COVID-19.

- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Refrescos disminuyó 3.7% en 2020 en comparación con 2019, impactado por un decremento en el volumen de ventas de nuestro portafolio de colas y Refrescos de sabores.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Bebidas no Carbonatadas disminuyó un 4.9% en 2020 en comparación con 2019.
- El volumen de ventas del Agua embotellada, excluyendo garrafón, disminuyó un 26.0% en 2020 en comparación con 2019.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Agua en garrafón aumentó un 0.5% en 2020 en comparación con 2019.

El volumen de ventas en Centroamérica disminuyó 1.9% a 232.4 millones de Cajas Unidad en 2020, comparado con 236.9 millones de Cajas Unidad en 2019, principalmente como resultado de las medidas de confinamiento y distanciamiento social relacionadas con la pandemia del COVID-19.

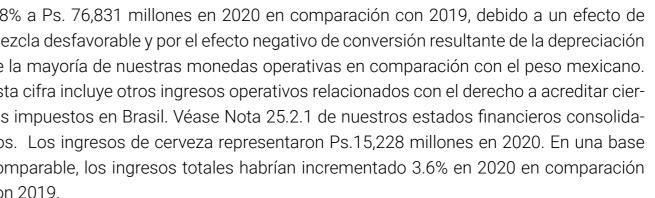
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Refrescos aumentó 1.3% en 2020 en comparación con 2019, impulsado por un aumento de 3.4% en nuestro portafolio de colas.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Bebidas no Carbonatadas disminuyó 16.8% en 2020 en comparación con 2019.
- El volumen de ventas del Agua embotellada, excluyendo garrafón, disminuyó 29.9% en 2020 en comparación con 2019.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Agua en garrafón decreció 20.9% en 2020 en comparación con 2019.

Utilidad Bruta. Nuestra utilidad bruta aumentó en un 1.0% a Ps. 52.906 millones en 2020 en comparación con 2019; y el margen bruto aumentó en 160 puntos base a 49.5% en 2020 en comparación con 2019. El margen bruto aumentó principalmente como resultado de nuestras iniciativas de precios, eficiencias de costos y menores precios de resina PET, junto con nuestras estrategias de cobertura de materias primas y divisas. Estos factores fueron parcialmente contrarrestados por efectos desfavorables de mezcla, mayores costos de concentrado en México y la depreciación en el tipo de cambio promedio de la mayoría de nuestras monedas, aplicada a nuestros costos de materia prima denominados en dólares.

Gastos Administrativos y de Venta. Los gastos administrativos y de venta como porcentaje de los ingresos totales disminuyeron 50 puntos base a 32.4% en 2020 en comparación con el mismo periodo de 2019. Los gastos administrativos y de venta en términos absolutos disminuyeron 3.5% en 2020 en comparación con 2019 impulsados principalmente por eficiencias operativas primordialmente en costos laborales, de mantenimiento y de mercadotecnia en México.

Sudamérica

Ingresos Totales. Los ingresos totales en nuestra división Sudamérica disminuyeron 9.8% a Ps. 76,831 millones en 2020 en comparación con 2019, debido a un efecto de mezcla desfavorable y por el efecto negativo de conversión resultante de la depreciación de la mayoría de nuestras monedas operativas en comparación con el peso mexicano. Esta cifra incluye otros ingresos operativos relacionados con el derecho a acreditar ciertos impuestos en Brasil. Véase Nota 25.2.1 de nuestros estados financieros consolidados. Los ingresos de cerveza representaron Ps.15,228 millones en 2020. En una base comparable, los ingresos totales habrían incrementado 3.6% en 2020 en comparación con 2019.



El volumen total de ventas en la división Sudamérica se mantuvo estable en 1,292.7 millones de Cajas Unidad en 2020 en comparación con 2019, principalmente como resultado del crecimiento de volumen de ventas en Brasil.

- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Refrescos aumentó 1.6% en 2020 en comparación con 2019.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Bebidas no Carbonatadas disminuyó 1.9% en 2020 en comparación con 2019.
- El volumen de ventas del Agua embotellada, excluyendo garrafón, disminuyó un 18.3% en 2020 en comparación con 2019.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Agua en garrafón aumentó 2.5% en 2020 en comparación con 2019.

El volumen de ventas en Brasil aumentó en un 1.9% a 862.9 millones de Cajas Unidad en 2020, en comparación con 846.5 millones de Cajas Unidad en 2019.

- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Refrescos aumentó 2.8% en 2020 en comparación con el 2019 como resultado de crecimiento en nuestro portafolio de colas y en nuestro portafolio de Refrescos de sabores.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Bebidas no Carbonatadas disminuyó 1.2% en 2020 en comparación con el 2019.

132

- El volumen de ventas del Agua embotellada, excluyendo garrafón, disminuyó un 9.4% en 2020 en comparación con 2019.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Agua en garrafón aumentó un 18.8% en 2020 en comparación con 2019.

El volumen de ventas en Colombia disminuyó en un 4.0% a 254.8 millones de Cajas Unidad en 2020, en comparación con 265.5 millones de Cajas Unidad en 2019.

- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Refrescos aumentó un 0.9% en 2020 en comparación con el 2019 como resultado de crecimiento en nuestro portafolio de Refrescos de sabores.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Bebidas no Carbonatadas disminuyó un 8.7% en 2020 en comparación con 2019.
- El volumen de ventas del Agua embotellada, excluyendo garrafón, disminuyó un 33.8% en 2020 en comparación con 2019.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Agua en garrafón disminuyó un 13.7% en 2020 en comparación con 2019.

El volumen de ventas en Argentina disminuyó en 3.9% a 133.8 millones de Cajas Unidad en 2020, en comparación con 139.3 millones de Cajas Unidad en 2019.

- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Refrescos disminuyó 2.8% en 2020 en comparación con el 2019 como resultado de una disminución en nuestro portafolio de sabores.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Bebidas no Carbonatadas aumentó un 3.5% en 2020 en comparación con 2019.
- El volumen de ventas del Agua embotellada, excluyendo garrafón, disminuyó un 32.0% en 2020 en comparación con 2019.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Agua en garrafón aumentó un 48.4% en 2020 en comparación con 2019.

El volumen de ventas en Uruguay disminuyó un 2.8% a 41.2 millones de Cajas Unidad en 2020 en comparación con 42.4 millones de Cajas Unidad en 2020

- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Refrescos disminuyó 5.1% en 2020 en comparación con el 2019.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Bebidas no Carbonatadas aumentó un 36.2% en 2020 en comparación con 2019.
- El volumen de ventas del Agua embotellada, disminuyó un 18.0% en 2020 en comparación con 2019.

Utilidad Bruta. La utilidad bruta en este segmento de reporte alcanzó Ps. 29,905 millones, una disminución de 14.9% en 2020 en comparación con 2019, con una contracción de margen de 230 puntos base a 38.9%. Esta disminución en el margen bruto se debió principalmente a efectos de mezcla desfavorables y la depreciación del tipo de cambio promedio de todas nuestras monedas operativas de la división aplicado a nuestros costos de materia prima denominados en dólares. Estos factores fueron parcialmente contrarrestados por menores costos de PET y nuestras iniciativas de optimización de ingresos.

Gastos Administrativos y de Venta. Los gastos de administración y de venta en este segmento de reporte, como porcentaje de los ingresos totales disminuyeron 50 puntos base a 28.4% en 2020 en comparación con 2019 impulsados principalmente por eficiencias operativas en Brasil. Los gastos administrativos y de ventas, en términos absolutos disminuyeron un 11.5% en 2020 en comparación con 2019.



Al estar presentes en diferentes países y regiones, continuamente estamos expuestos a diversos retos y riesgos que pueden afectar de manera adversa a nuestra compañía. Por ello, es fundamental tener la capacidad de gestionar aquellos que pudieran surgir en el entorno global en el que operamos y que afecten la creación de valor de nuestro negocio. Nuestro Proceso de Gestión Integral de Riesgos es una estrategia que nos permite identificarlos, medirlos, registrarlos, evaluarlos, prevenirlos y/o mitigarlos.



Cambios en la relación con The Coca-Cola Company y FEMSA, de la cual depende nuestro negocio.

Impactos potenciales

- Terminación de los acuerdos de embotellador.
- Acciones contrarias a los intereses de otros accionistas que no sean The Coca-Cola Company y FEMSA.

Acciones clave para mitigarlos

- Cumplir con los acuerdos de embotellador.
- Trabajar juntos y promover una interacción adecuada con nuestros accionistas estratégicos, para así maximizar la creación de valor.



Cambios en las preferencias de los consumidores, en los hábitos de compra o de consumo.

Impactos potenciales

Variabilidad en la demanda de nuestros productos.

Acciones clave para mitigarlos

- Transformarnos en una compañía total de bebidas, alineada con los gustos y estilos de vida en evolución de los consumidores.
- Construir un exitoso portafolio de productos y presentaciones.
- Impulsar nuestro portafolio de productos sin azúcar o bajos en azúcar, adelantándonos a las tendencias de consumo.
- Fomentar hábitos saludables.
- Ofrecer opciones de empaque sostenibles para nuestras bebidas.



Violaciones a la marca Coca-Cola o a su reputación.

Impactos potenciales

 Daño a la reputación de la marca Coca-Cola.

Acciones clave para mitigarlos

- Mantener la reputación y los derechos de propiedad de las marcas registradas Coca-Cola.
- Proteger efectivamente la marca.
- Cumplir estrictamente con la Política de Mercadotecnia Responsable.

COMPETENCIA

La competencia podría afectar nuestro negocio, su desempeño financiero y resultados de operación.

Impactos potenciales

- Cambios en las preferencias de los consumidores.
- Precios más bajos por parte de nuestros competidores.

Acciones clave para mitigarlos

- Ofrecer precios accesibles, empaques retornables, promociones adecuadas, acceso a establecimientos minoristas y suficiente espacio en anaquel; mejor servicio al cliente y productos innovadores.
- Identificar, estimular y satisfacer las preferencias de los consumidores.





CIBERATAQUES

Interrupción del servicio, robo de información o violaciones a la seguridad.

Impactos potenciales

- · Pérdidas financieras.
- · Interrupción de operaciones.
- Revelación ilegal de información material de carácter confidencial.

Acciones clave para mitigarlos

- Identificar y resolver las amenazas cibernéticas.
- Robustecer las capacidades estratégicas y técnicas para mitigar los daños y recuperar la información.
- Aumentar la vigilancia y proporcionar capacitación para resolver incidentes.

CONDICIONES ECONÓMICAS, POLÍTICAS Y SOCIALES

Condiciones económicas adversas, así como acontecimientos políticos y sociales en los países donde operamos y en otros países, así como cambios en políticas gubernamentales.

Impactos potenciales

- Reducción en el ingreso per cápita de los consumidores, que podría derivar en una disminución de su poder adquisitivo.
- Menor demanda de nuestros productos, menor precio real de éstos o cambio a productos con margen inferior.
- Impactos negativos para nuestra compañía e impactos materiales a nuestra situación financiera, resultados de operación y proyecciones.

Acciones clave para mitigarlos

- Mediante una estrategia de gestión de riesgos, cubrir nuestra exposición a tasas de interés, tipos de cambio y costo de materias primas.
- Evaluar de manera anual o con mayor frecuencia, según lo requieran las circunstancias, los posibles efectos financieros y, en la medida de lo posible, anticipar medidas de mitigación.



NORMATIVIDAD

Impuestos y cambios en la normatividad en las regiones donde operamos.

Impactos potenciales

- Aumento en gastos de operación y costos de cumplimiento.
- Restricciones a nuestras operaciones.

Acciones clave para mitigarlos

- Detectar riesgos regulatorios y cambios en la normatividad que afecten directamente nuestra operación o situación financiera.
- Contacto continuo e intercambio de información con legisladores sobre cambios propuestos a la normatividad.



PROCESOS LEGALES

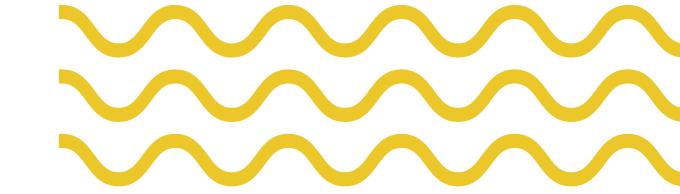
Resultados desfavorables de procesos legales.

Impactos potenciales

 Investigaciones y procesos legales relacionados con impuestos, protección del consumidor o asuntos ambientales o laborales.

Acciones clave para mitigarlos

Cumplir con la legislación y normatividad aplicables, así como con la política de derechos laborales.



Condiciones ambientales adversas. desastres naturales y crisis de salud púbica.

Impactos potenciales

- · Impactos a los patrones de consumo y venta de bebidas.
- Daños a la capacidad instalada de las plantas, infraestructura vial y puntos de venta.
- Impactos negativos a nuestro negocio, situación financiera, resultados de operación y proyecciones.

Acciones clave para mitigarlos

- Implementar planes para la continuidad del negocio y protocolos de seguridad que protejan a los colaboradores y eviten afectaciones importantes a la compañía.
- Asegurar activos y operaciones contra este tipo de eventos adversos.



ADQUISICIONES

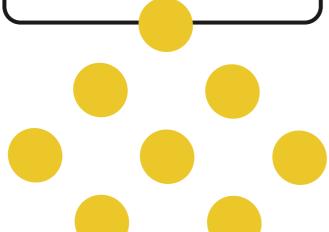
Incapacidad de integrar adecuadamente las adquisiciones o lograr las sinergias esperadas.

Impactos potenciales

• Dificultades o responsabilidades imprevistas o costos adicionales de reestructura y de integración de nuestras plantas embotelladoras.

Acciones clave para mitigarlos

· Integrar los negocios adquiridos o fusionados de manera oportuna y eficiente, conservando a los profesionales clave, calificados y con experiencia.



TIPO DE CAMBIO

Depreciación de las monedas locales de los países donde operamos, en relación con el dólar.

£.

Impactos potenciales

- Pérdida financiera.
- · Incremento en el costo de algunas materias primas.
- Impacto negativo a nuestros resultados, situación financiera y flujos de caja en el futuro.

Acciones clave para mitigarlos

- · Monitorear los acontecimientos que pudieran afectar los tipos de cambio.
- Cubrir nuestra exposición en dólares con respecto a monedas locales, nuestras obligaciones de deuda denominada en dólares y la compra de algunas materias primas indizadas al dólar.

CAMBIO CLIMÁTICO

Condiciones climáticas adversas.

Impactos potenciales

- · Impacto en los patrones de consumo y reducción de las ventas.
- Impactos a la capacidad instalada de las plantas, a la infraestructura vial, suministro de materias primas y puntos de venta.

Acciones clave para mitigarlos

- Identificar las fuentes de emisiones de CO₂ en nuestras operaciones.
- Cumplir con las medidas ambientales de mitigación y adaptación.
- Identificar y reducir nuestra huella ambiental mediante el uso eficiente del agua, la energía y los materiales.

REDES SOCIALES

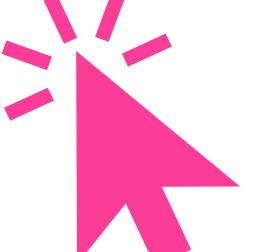
Información negativa o imprecisa en las redes sociales.

Impactos potenciales

Daño a nuestras marcas o a nuestra reputación corporativa, sin que tengamos la oportunidad de rectificar la información.

Acciones clave para mitigarlos

- Proteger la marca efectivamente.
- Mantener una comunicación proactiva hacia el exterior de la compañía.





AGUA

Desabasto de agua o pérdida de nuestras concesiones actuales para su uso.

Impactos potenciales

- Insuficiente suministro de agua para satisfacer nuestras necesidades futuras de producción.
- Afectación al suministro de agua por desabasto o cambios en la legislación o en la normatividad ambiental.
- Terminación o no renovación de concesiones y contratos.

Acciones clave para mitigarlos

- Utilizar el agua de manera eficiente.
- Contemplar proyectos para la conservación y el reabastecimiento de aqua.
- · Cumplir al 100% con los requerimientos legales.
- Desarrollar un índice de riesgo hídrico que incluya los siguientes cuatro temas: riesgos de percepción de la comunidad y el público; desabasto de agua y de otros insumos; riesgos normativos; y riesgos legales para cada una de nuestras plantas embotelladoras.
- Actualizar la herramienta para la evaluación de riesgos y los planes de trabajo que contemplen aspectos como cambio climático, resiliencia al estrés hídrico, vulnerabilidad ante la sociedad y los medios de comunicación, así como normatividad y volúmenes de producción para cada una de nuestras plantas embotelladoras.
- Asegurar las concesiones para el uso del agua en nuestras plantas de manufactura.

MATERIAS PRIMAS

Incrementos en los precios de las materias primas para elaborar nuestros productos.

Insuficiente disponibilidad de materias primas.

Impactos potenciales

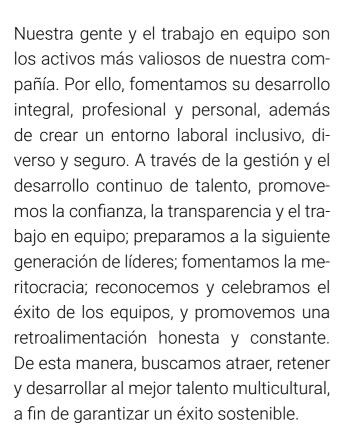
- Incremento en el costo de ventas de nuestros productos.
- Desabasto o disponibilidad insuficiente de materias primas, que podrían afectar nuestra capacidad para asegurar la continuidad de la producción.
- Ajustes a nuestro portafolio de acuerdo con la disponibilidad.

Acciones clave para mitigarlos

- Implementar medidas para mitigar el efecto negativo del precio de nuestros productos en los márgenes, como tomar coberturas con instrumentos derivados.
- Atender de manera proactiva los riesgos de suministro en nuestra cadena de valor.
- Cumplir estrictamente con nuestros Principios Rectores para Proveedores.
- Ajustar estratégicamente nuestro portafolio para minimizar el impacto de interrupciones en la operación.









NATURAL

Nos hemos comprometido a utilizar responsablemente los recursos naturales. Al ser el agua el principal ingrediente de nuestras bebidas, nuestra estrategia integral se enfoca en garantizar su gestión eficiente, facilitar el acceso a agua segura y saneamiento e implementar proyectos de conservación y reabastecimiento para proteger el medio ambiente. También buscamos incrementar la eficiencia energética en nuestra cadena de valor e integrar energía limpia y renovable, a fin de reducir nuestras emisiones de carbono. Alineados con la iniciativa global de The Coca-Cola Company, Un Mundo sin Residuos, continuamos enfatizando la gestión integral y responsable, incrementando el uso de materiales reciclados en nuestros empagues y participando en esquemas y modelos que apoyen la recolección post-consumo y el reciclado.



SOCIAL Y RELACIONAL

Nuestras comunidades y otros grupos de interés son los promotores principales del éxito de nuestro negocio. Por lo tanto, tenemos el compromiso de fomentar el diálogo y la interacción continua con ellos para crear valor económico y social, así como bienestar ambiental, y de desarrollar e implementar programas e iniciativas que respondan a sus necesidades y garanticen la continuidad de nuestra licencia social para operar.



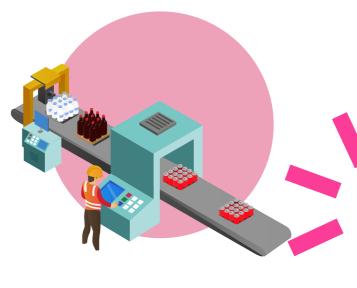


FINANCIERO

Con disciplina financiera y operativa, sólida estructura de capital y flexibilidad financiera, iniciativas de transformación digital y adaptabilidad a la dinámica de un mercado en evolución podremos aprovechar oportunidades de crecimiento orgánico e inorgánico en nuestra industria, además de crear valor sostenible para nuestros inversionistas.



Aceleramos la transformación digital de nuestro negocio en toda la cadena de valor, sustentada en la información que nos proporciona nuestra robusta plataforma analítica para desarrollar modelos de negocio a la medida. Al construir nuestras capacidades críticas, creamos una organización más sólida, ágil y flexible que impulse nuestra competitividad, responda proactivamente a los retos de la industria, capitalice las oportunidades del mercado y promueva el desarrollo intelectual en toda nuestra organización.



MANUFACTURADO

Nuestro experimentado equipo de especialistas opera 49 plantas de embotellado y 268 centros de distribución en nueve países; distribuye aproximadamente 3.3 mil millones de cajas unidad de bebidas con una flota primaria y secundaria a más de 1.9 millones de puntos de venta, y atiende a una población de más de 265 millones de personas.

:139

GOBIERNO **CORPORATIVO**



John Santa Maria Otazua DIRECTOR GENERAL

Constantino Spas Montesinos DIRECTOR DE FINANZAS

Karina Paola Awad Pérez **DIRECTORA DE RECURSOS HUMANOS**

José Ramón Martínez Alonso DIRECTOR DE ASUNTOS CORPORATIVOS

Rafael Ramos Casas DIRECTOR DE INGENIERÍA Y CADENA DE SUMINISTRO

Rafael Alberto Suárez Olaquíbel¹ DIRECTOR DE TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y TRANSFORMACIÓN

Fabricio Ponce García DIRECTOR DE OPERACIONES DIVISIÓN MÉXICO

lan M. Craig García Director de Operaciones División Brasil

Eduardo G. Hernández Peña DIRECTOR DE OPERACIONES DIVISIÓN LATINOAMÉRICA

Xiemar Zarazúa López DIRECTOR DE DESARROLLO COMERCIAL

DIRECTORES EJECUTIVOS CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

CONSEJEROS NOMBRADOS POR LOS ACCIONISTAS SERIE A -

José Antonio Fernández Carbajal Luis Rubio Freidberg²
PRESIDENTE EJECUTIVO DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN FEMSA PRESIDENTE DE MÉXICO EVALÚA A.C.

28 años como Consejero

Federico José Reyes García

CONSULTOR INDEPENDIENTE

28 años como Consejero

Suplente: Javier Gerardo Astaburuaga Sanjines

John Santa Maria Otazua DIRECTOR GENERAL DE COCA-COLA FEMSA

7 años como Consejero

Ricardo Guajardo Touché²

PRESIDENTE DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE SOLFI. S.A. DE C.V.

28 años como Consejero

Enrique F. Senior Hernández²

DIRECTOR DE ADMINISTRACIÓN DE ALLEN & COMPANY. LLC.

17 años como Consejero

Eduardo Padilla Silva DIRECTOR GENERAL DE FEMSA

5 años como Consejero

6 años como Consejero

Suplente: Jaime A. El Koury²

Daniel Servitje Montull²

DIRECTOR GENERAL Y PRESIDENTE DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE RIMBO

23 años como Consejero

José Luis Cutrale

PRESIDENTE DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE SUCOCÍTRICO CUTRALE. LTDA.

17 años como Consejero

Suplente: José Henrique Cutrale

Luis Alfonso Nicolau Gutiérrez²

SOCIO EN RITCH. MUELLER. HEATHER Y NICOLAU. S.C. Y MIEMBRO DEL COMITÉ EJECUTIVO DE DICHA FIRMA

3 años como Consejero

CONSEJEROS NOMBRADOS POR LOS ACCIONISTAS SERIE D

José Octavio Reyes Lagunes RETIRADO

5 años como Consejero

Suplente: Theresa Robin Rodgers Moore

John Murphy

VICEPRESIDENTE Y DIRECTOR DE FINANZAS DE THE **COCA-COLA COMPANY**

2 años como Consejero

Suplente: Sunil Krishna Ghatnekar

Charles H. McTier²

RETIRADO

23 años como Consejero

James Leonard Dinkins

VICEPRESIDENTE DE THE COCA-COLA COMPANY Y PRESIDENTE DE COCA-COLA NORTEAMÉRICA (CCNA)

1 año como Consejero

Suplente: Marie D. Quintero-Johnson

CONSEJEROS NOMBRADOS POR LOS ACCIONISTAS SERIE L

Víctor Alberto Tiburcio Celorio² CONSULTOR INDEPENDIENTE

3 años como Consejero

Francisco Zambrano Rodríguez² SOCIO DIRECTOR DE FORTE ESTATE PLANNING, S.C.

18 años como Consejero

Alfonso González Migoya²

CONSULTOR DE NEGOCIOS Y SOCIO DIRECTOR DE ACUMEN EMPRESARIAL, S.A. DE C.V.

15 años como Consejero

SECRETARIO DEL -**CONSEJO**

Carlos Eduardo Aldrete Ancira

DIRECTOR JURÍDICO DE FEMSA

27 años como Secretario

Suplente: Carlos Luis Díaz Sáenz

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.

•

2. Independiente

Comité de Planeación y Finanzas

El Comité de Planeación y Finanzas trabaja junto con la administración para determinar el plan estratégico y financiero anual y de largo plazo, y revisa la adherencia a estos planes. El comité es responsable de determinar la estructura de capital óptima de la Compañía y recomienda los niveles de endeudamiento apropiados, así como la emisión de acciones y deuda. Adicionalmente el Comité de Planeación y Finanzas es responsable de la administración de riesgos financieros. Ricardo Guajardo Touché es el presidente del Comité de Planeación y Finanzas. Los otros miembros de este comité incluyen a: Federico Reyes García, John Murphy, Enrique F. Senior Hernández y Miguel Eduardo Padilla Silva. El secretario no miembro del comité es Constantino Spas Montesinos, nuestro Director de Finanzas.

Comité de Auditoría

revisar la veracidad, confiabilidad e integridad de la información financiera trimestral y anual de acuerdo con los requisitos contables, de control interno y de auditoría. El Comité de Auditoría es responsable directamente del nombramiento, compensación, retención y supervisión de los auditores externos, los cuales le reportan directamente; dicho nombramiento y compensación del auditor independiente nistración. La función de auditoría interna de la Compañía también reporta directade Auditoría ha implementado procesos para recibir y responder quejas en relación con asuntos contables, de control interno de quejas confidenciales y anónimas por parte de empleados en relación a asuntos contables y de auditoría cuestionables. Para llevar a cabo estas funciones, el Comité de Auditoría puede contratar consultores independientes y otros asesores.

El Comité de Cuditoría es responsable de Cuando sea necesario, compensaremos a los auditores externos y a cualquier otro asesor externo contratado por el Comité de Auditoría y proporcionaremos los fondos para cubrir los gastos administrativos en los que incurra en el cumplimiento de sus funciones. Víctor Alberto Tiburcio Celorio es el presidente del Comité de Auditoría, así como el experto financiero. De conformidad con la LMV, el presidente del Comité de Auditoría es designado por debe ser aprobado por el consejo de admi- nuestra asamblea de accionistas. Los otros miembros del comité son: Alfonso González Migoya, Charles H. McTier mente al Comité de Auditoría. El Comité y Francisco Zambrano Rodríguez. Cada miembro del Comité de Auditoría es un consejero independiente de conformidad con lo previsto en la LMV y los estánday de auditoría, incluyendo la presentación res aplicables para cotizar en el NYSE. El secretario no miembro del Comité de Auditoría es José González Ornelas, Vicepresidente del Departamento de Control Interno Corporativo de FEMSA.

Comité de Prácticas Societarias

El Comité de Prácticas Societarias está integrado exclusivamente por consejeros independientes y es responsable de prevenir o reducir el riesgo de realizar operaciones que pudieran afectar el valor de nuestra Compañía o que beneficien a un grupo particular de accionistas. El comité puede convocar a una asamblea de accionistas e incluir temas en el orden del día de esa reunión que consideren apropiados, así como aprobar políticas sobre transacciones con partes relacionadas, el plan de compensación del director general y otros directivos relevantes y apoyar a nuestro consejo de administración en la

elaboración de ciertos reportes. El presidente del Comité de Prácticas Societarias es Daniel Javier Servitje Montull. De conformidad con la LMV, el presidente del Comité de Prácticas Societarias es designado por la asamblea de accionistas. Los otros miembros del comité son: Jaime A. El Koury, Luis Rubio Friedberg, Luis A. Nicolau Gutiérrez y dos invitados permanentes no miembros: Miguel Eduardo Padilla Silva y José Octavio Reyes Lagunes. El secretario no miembro del Comité de Prácticas Societarias, es Karina Paola Awad Pérez, nuestra Directora de Recursos Humanos.

SISTEMA INTEGRAL ÉTICO

A través de nuestra cultura ética, gestionamos bajo esquemas que deben ser adoptados como un estilo de vida que inspire los actos y acciones de todos aquellos que forman parte de la organización mediante el establecimiento de un Sistema Ético. Nuestra gestión ética se basa en:

- Prevenir comportamientos ilícitos que puedan afectar nuestro capital humano y nuestro patrimonio.
- Detectar actos indebidos a través de canales de comunicación abiertos.
- Responder y brindar retroalimentación a nuestra organización para generar confianza.

Por lo anterior, nuestro sistema está conformado por tres elementos fundamentales: el Código de Ética, un Comité de Ética y el sistema de denuncias conocido como "DILO".

Nuestro Código de Ética

Es la base de nuestra cultura organizacional, comunica nuestros valores, contempla nuestros principales comportamientos, promueve el buen comportamiento dentro y fuera de nuestra organización y guía la correcta toma de decisiones basada en principios éticos. Nuestro Código, recientemente actualizado, incluye temas importantes como Derechos Humanos, Inclusión y Diversidad, Discriminación, Violencia y Hostigamiento, Conflictos de interés, Uso indebido de la información y Anticorrupción.

Nuestro Comité de Ética

Es el órgano de vigilancia y control, que garantiza el cumplimiento del Código de Ética y atiende las situaciones éticas más relevantes de la empresa. En cada uno de nuestros territorios, existe un Comité de Ética y cada Comité informa al Comité de Ética Corporativo.

Nuestra Línea Ética KOF

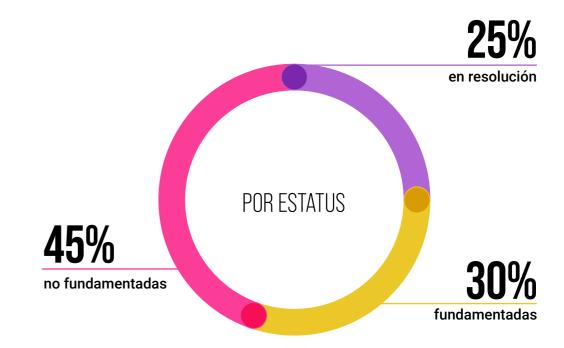
Las quejas por el incumplimiento al Código de Ética se reciben a través del sistema de denuncias, que es administrado por una empresa externa. Los empleados, clientes, proveedores, terceros o cualquier

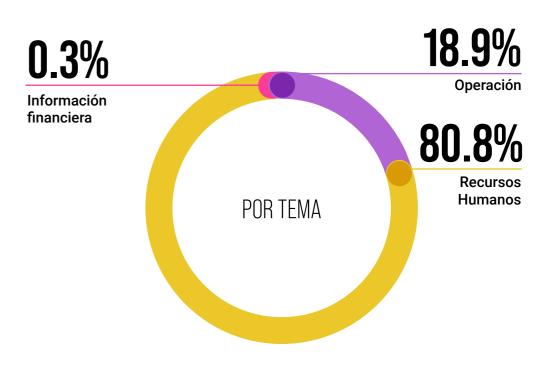
persona que disfrute de una relación con Coca-Cola FEMSA pueden usar el sistema y sus quejas pueden ser anónimas.

Un grupo de investigadores analiza las quejas de manera imparcial y confidencial y, si se comprueba alguna violación al Código, se aplican medidas correctivas.

En 2020, recibimos 1,367 denuncias. De éstas, ninguna estaba relacionada con trabajo infantil, trabajo forzoso o libertad de asociación.

Para fortalecer nuestra cultura, cada dos años, nuestros trabajadores firman una Carta de Cumplimiento a nuestro Código de Ética; su propósito es garantizar que nuestros empleados conozcan el Código de Ética, comprendan los principales actos u omisiones en los que pueden incurrir y que pueden poner en riesgo a nuestra organización y que deben de reportar cualquier violación al Código que ellos conozcan.





INFORMACIÓN PARA ANALISTAS Y ACCIONI<mark>stas</mark>

RELACIÓN CON INVERSIONISTAS

Jorge Collazo Lorena Martin Bryan Carlson Marene Aranzabal

kofmxinves@kof.com.mx

SOSTENIBILIDAD

Y COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Juan Carlos Cortés Carlos Valle Pedro Incháustegui

sostenibilidad@kof.com.mx

Coca-Cola FEMSA, S.A.B. de C.V. Mario Pani N° 100 Col. Santa Fe Cuajimalpa 05348, Ciudad de México, México (5255) 1519 5000

www.coca-colafemsa.com

CONSEJERO LEGAL DE LA COMPAÑÍA

Carlos L. Díaz Sáenz Marío Pani N° 100 Col. Santa Fe Cuajimalpa 05348, Ciudad de México, México Phone: (5255) 1519 5000



Mancera, S.C. Un miembro de Ernst & Young Global Antara Polanco Av. Ejército Nacional Torre Paseo 843-B Piso 4 Colonia Granada 11520

Ciudad de México, México Phone:(5255) 5283 1400

INFORMACIÓN DE BOLSA DE VALORES

Las acciones ordinarias de Coca-Cola FEMSA cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) bajo el símbolo KOFUBL y en la Bolsa de Valores de Nueva York, Inc. (NYSE) bajo el símbolo KOF.

AGENTE DE TRANSFERENCIA Y REGISTRADOR

Bank of New York 101 Barclay Street 22W New York, New York 10286, U.S.A



KOF

BOLSA DE VALORES DE NUEVA YORK Información trimestral ADS

DÓLARES AMERIC	2020		
TRIMESTRE QUE TERMINA	\$ MAX	\$ MIN	\$ CIERRE
dic-31	46.93	36.20	46.10
sep-30	44.91	39.63	40.72
jun-30	48.39	38.09	43.85
mar-31	64.95	38.44	40.23

DÓLARES AMERIC	2019		
TRIMESTRE QUE TERMINA	\$ MAX	\$ MIN	\$ CIERRE
dic-31	61.98	54.98	60.62
sep-30	63.12	57.27	60.62
jun-28	68.51	62.03	62.14
mar-29	66.75	58.29	66.00

KOFUBL

BOLSA MEXICANA DE VALORES

Información trimestral por acción

PESOS MEXICAN	2020		
TRIMESTRE QUE TERMINA	\$ MAX	\$ MIN	\$ CIERRE
dic-31	93.88	77.30	91.51
sep-30	100.3	86.26	90.19
jun-30	106.29	91.49	100.62
mar-31	121.02	90.56	95.65

PESOS MEXICAN	2019		
TRIMESTRE QUE TERMINA	\$ MAX	\$ MIN	\$ CIERRE
dic-31	121.01	105.71	114.88
sep-30	122.57	112.93	120.09
jun-28	130.07	119.05	119.11
mar-29	128.31	114.28	128.31

ACERCA DE NUESTRO INFORME INTEGRADO

Desde nuestra sede en la Ciudad de México, presentamos nuestro Informe Integrado 2020, el cual fue elaborado de acuerdo con los lineamientos del International Integrated Reporting Council (IIRC) y los estándares de la Global Reporting Initiative (GRI), así como indicadores materiales del Sustainability Accounting Standard Board (SASB) para la industria de bebidas no alcohólicas listas para beber. Adicionalmente, este reporte elabora los avances en nuestra Comunicación sobre el Progreso (CoP) con relación al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, incluidos por FEMSA en su reporte del 2020.

La información presentada en este informe corresponde al periodo del 1 de enero al 31 de diciembre de 2020. Comprende los datos de todos los países donde Coca-Cola FEMSA, S.A.B. de C.V. tiene

operaciones o una participación mayoritaria. Estos países incluyen territorios en México, Brasil, Colombia y Argentina, así como a nivel nacional en Costa Rica, Guatemala, Nicaragua, Panamá y Uruguay.

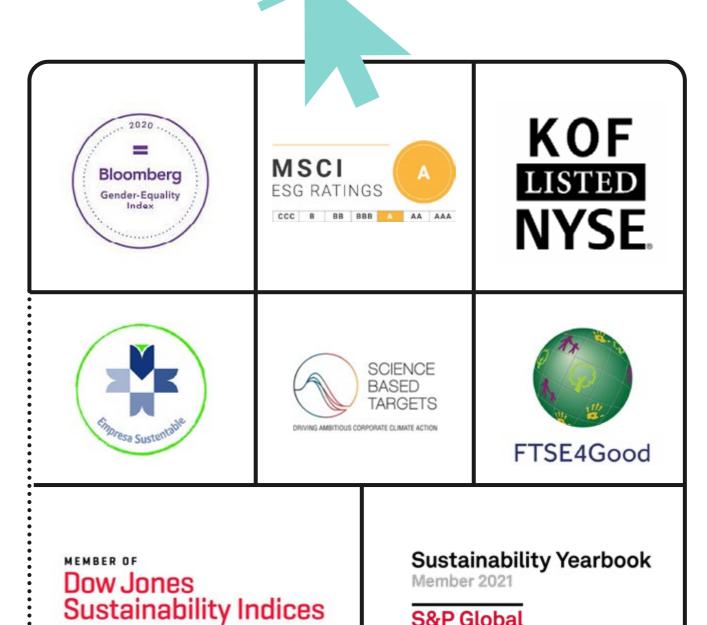
Para efectos de comparabilidad, los datos cuantitativos no financieros para 2020, 2019 y 2018 no incluyen a Venezuela ya que, a partir del 31 de diciembre de 2017, es una operación desconsolidada. Mientras que para 2017, la información es representada sin Filipinas.

DIRECTOR DE FINANZAS Y ADMINISTRACIÓN

Constantino Spas Montesinos

DIRECTOR DE ASUNTOS CORPORATIVOS

José Ramón Martínez Alonso



In Collaboration with RobecoSAM (

Bolsa Mexicana de Valores.

Clave de cotización: KOFUBL | NYSE (ADS),

Clave de cotización: KOF | Razón de KOF UBL a KOF = 10:1

Coca-Cola FEMSA presenta informes, incluyendo reportes anuales v otras informaciones a la U.S. Securities and Exchange Commission (SEC), y la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) de conformidad con las normas y los reglamentos de la SEC (que se aplican a los emisores privados extranjeros) y de la BMV. Las presentaciones que hacemos electrónicamente con la SEC y la BMV están disponibles para el público en Internet en el sitio web de la SEC en www.sec.gov, el sitio web de la BMV en www.bmv.com.mx y nuestro sitio web en www.coca-colafemsa.com. Coca-Cola FEMSA. S.A.B. de C.V. es el embotellador más grande de productos Coca-Cola en el mundo por volumen de ventas. La Compañía produce y distribuye bebidas de las marcas registradas de The Coca-Cola Company, ofreciendo un amplio portafolio de 129 marcas a más de 265 millones de consumidores cada día. Con más de 80 mil empleados, la empresa comercializa y vende aproximadamente 3.3 mil millones de cajas unidad a través de casi 2 millones de puntos de venta al año. Operando 49 plantas de manufactura y 268 centros de distribución, Coca-Cola FE-MSA está comprometida a generar valor económico, social y ambiental para todos sus grupos de interés en toda la cadena de valor. La Compañía es miembro del Índice de Sostenibilidad de Mercados Emergentes del Dow Jones, Índice de Sostenibilidad MILA Pacific Alliance del Dow Jones, FTSE-4Good Emerging Index, y del índice S&P/ BMV total México ESG, entre otros índices. Sus operaciones abarcan ciertos territorios en México, Brasil, Guatemala, Colombia, Argentina, y, a nivel nacional, en Costa Rica, Nicaragua, Panamá, Uruguay y Venezuela a través de su inversión en KOF Venezuela.

Para obtener más información, visite

www.coca-colafemsa.com