

MARCO DE BONOS SOSTENIBLES



CONTENIDO

- 2** INTRODUCCIÓN
- 4** ESTRATEGIA Y MARCO DE SOSTENIBILIDAD
- 21** RAZONES PARA EMITIR BONOS SOSTENIBLES
 - 1. Uso de los Fondos 23
 - 2. Proceso de Evaluación y Selección de Proyectos 29
 - 3. Gestión de los Fondos 33
 - 4. Informes 34
 - 5. Revisiones externas 39
- 40** DISCLAIMER

INTRODUCCIÓN

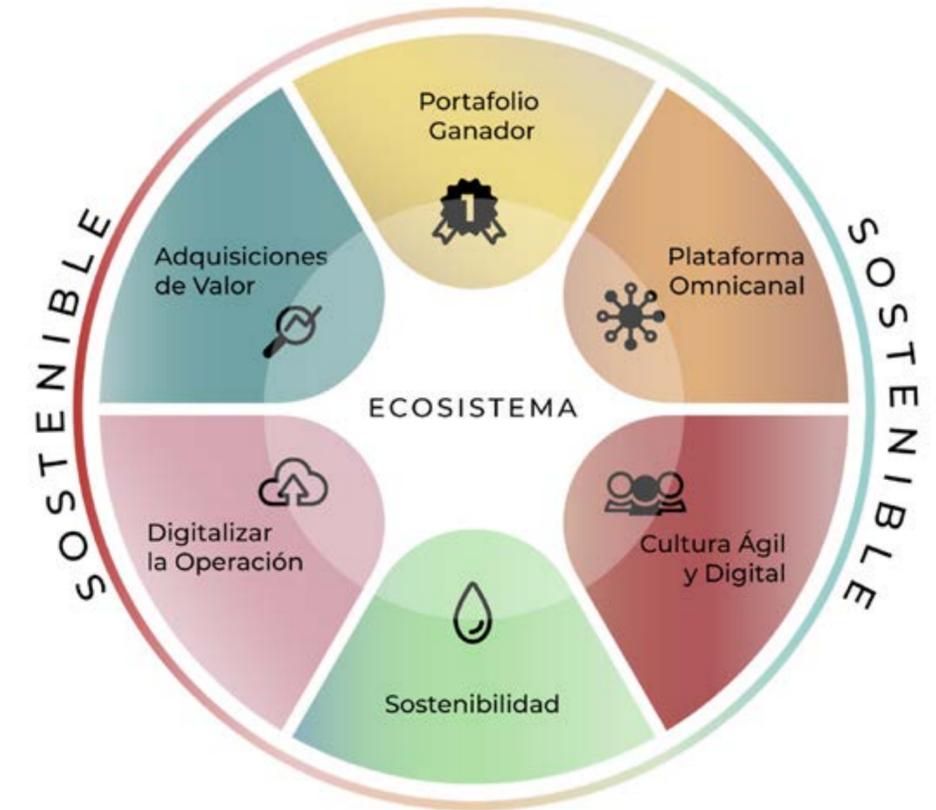
Coca-Cola FEMSA, S.A.B. de C.V. (la "Compañía", "Coca-Cola FEMSA" o "nosotros") es el embotellador más grande de productos Coca-Cola en el mundo en términos de volumen de ventas. Tenemos el privilegio de servir a más de 266 millones de consumidores, a través de 2 millones de puntos de venta, operando 50 plantas de embotellado y 263 centros de distribución en 9 países de América Latina¹.

Nuestro crecimiento estratégico y liderazgo en la industria está impulsado por nuestro propósito de refrescar al mundo en todo momento y en todo lugar, encontrando siempre la manera más eficiente y sostenible de poner en manos de nuestros consumidores su elección preferida cuando y donde lo deseen.

Guiados por nuestro propósito, trabajamos de manera integral, ágil y colaborativa a través de seis corredores estratégicos:

1. Construir una plataforma omnicanal,
2. Ofrecer un portafolio ganador centrado en el consumidor,
3. Fomentar una cultura ágil, digital y centrada en las personas,
4. Colocar la sostenibilidad en el corazón de nuestra organización,
5. Digitalizar la operación, y
6. Buscar activamente adquisiciones que generen valor.

¹ Nuestras operaciones abarcan ciertos territorios en México, Brasil, Colombia y Argentina y a nivel nacional en Guatemala, Costa Rica, Nicaragua, Panamá y Uruguay. En Venezuela, opera a través de una inversión en Coca-Cola FEMSA Venezuela, como una operación no consolidada.



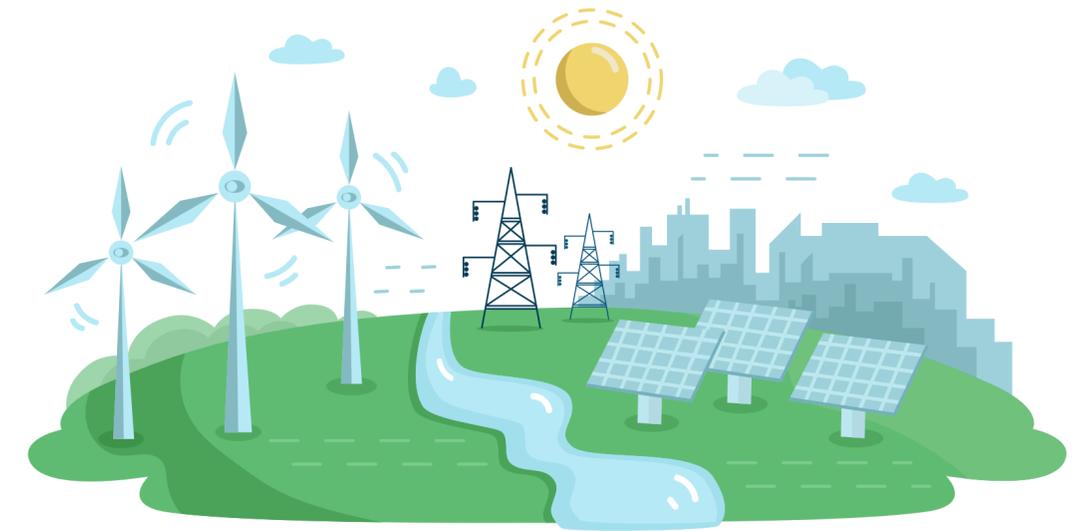
Buscamos generar valor económico, social y ambiental para todos nuestros grupos de interés y para las comunidades a las que servimos, realizando acciones para minimizar y mitigar impactos al medio ambiente a través de nuestra cadena de valor desde nuestros proveedores hasta nuestros consumidores y clientes, incluso en iniciativas de recolección de envases.

LA SOSTENIBILIDAD EN EL CORAZÓN DE COCA-COLA FEMSA

De acuerdo con nuestra visión de convertirnos en el ecosistema comercial más sostenible y preferido por nuestros consumidores, estamos colocando la sostenibilidad en el corazón de nuestra organización, con la misión de transformar positivamente las comunidades donde operamos, apoyados en la ética y los valores.

Nuestros objetivos de sostenibilidad nos guían para medir nuestro progreso en cada uno de los temas que tienen impacto en la estrategia de sostenibilidad a largo plazo de nuestro negocio. Un ejemplo de esto es nuestro plan de reducción de emisiones, alineándonos con las mejores prácticas en esta materia estableciendo diferentes objetivos para el año 2030:

- **Reducir el 50% de las emisiones absolutas de gases de efecto invernadero (GEI) de alcance 1 y 2 para 2030 en comparación con 2015 (año base).**
- **Reducir el 20% de las emisiones absolutas de GEI de alcance 3 procedentes de la compra de bienes y servicios y del transporte y la distribución en la fase inicial para el 2030 en comparación con el 2015 (año base).**
- **Aumentar el abastecimiento anual de electricidad renovable al 100% en 2030.**



Asimismo, buscamos reconocer el papel fundamental de la inclusión y la diversidad social al interior y exterior de Coca-Cola FEMSA. En materia interna, enfocamos nuestros esfuerzos a una transformación que nos lleve hacia la digitalización y la agilidad, promovemos las capacidades organizacionales, transformamos a la Compañía a través del talento, al tiempo que mejoramos tanto nuestros servicios como el procesamiento de datos. Mientras que, al exterior, **con nuestras comunidades, buscamos que nuestra estrategia sume valor y bienestar social, ambiental, así como económico** y asegurar que los derechos humanos se alineen de forma transversal en nuestras acciones y en donde tengamos una huella operativa.

Estamos abordando los desafíos de sostenibilidad de una manera holística, desde nuestra gente hasta nuestras comunidades, transformando nuestras operaciones en temas como el cambio climático, la administración del agua, la economía circular, la seguridad, la inclusión de talento diverso y el desarrollo comunitario.



ESTRATEGIA

Y MARCO DE

SOSTENIBILIDAD

MARCO ESTRATÉGICO DE SOSTENIBILIDAD PARA TRANSFORMAR POSITIVAMENTE NUESTRAS COMUNIDADES

Nuestro marco de sostenibilidad está basado en tres importantes pilares: Nuestra Gente, Nuestra Comunidad y Nuestro Planeta. Este marco estratégico nos da las pautas para lograr nuestra misión de transformar positivamente las comunidades donde operamos:

- 1. Nuestra Gente:** promovemos el desarrollo integral y calidad de vida a través de un modelo de bienestar integral.
- 2. Nuestra Comunidad:** reforzamos las relaciones positivas con las comunidades con las que interactuamos, promoviendo nuestra capacidad para servir al mercado y manteniendo nuestra licencia social para operar.
- 3. Nuestro Planeta:** nos aseguramos de entender completamente el rol que jugamos con respecto al cuidado del ambiente, respetar los límites del medio ambiente e integrar la conciencia ambiental en nuestro proceso diario de toma de decisiones y en la operación de nuestro negocio.



NUESTRA GENTE

En Coca-Cola FEMSA creemos en la importancia de nuestra gente y cómo ésta es un espejo de los mercados en los que actualmente operamos. Por lo tanto, entendemos que celebrar la singularidad de nuestros colaboradores es el medio a través del cual podemos seguir construyendo un lugar de trabajo más equitativo.

Con base en esto, nuestro principal objetivo desde Diversidad, Equidad e Inclusión ("DEI") es el de asegurar que nuestra gente tenga las mismas oportunidades de desarrollo y reconocimien-

to dentro de un ambiente seguro, inclusivo y flexible que ofrezca oportunidades en función de su talento y generación de valor. Como resultado, definimos tres pilares en los que podemos tener un mayor impacto:

Estos pilares refuerzan el compromiso de la Compañía de liderar iniciativas que fortalezcan una cultura inclusiva en nuestra organización rumbo al 2030.

1. LIDERAZGO INCLUYENTE

2. AMBIENTE DE TRABAJO FLEXIBLE Y ABIERTO

3. TALENTO DIVERSO

1. LIDERAZGO INCLUYENTE

- I. Esfuerzos de **sensibilización en DEI y manejo de sesgos**, con foco en la **responsabilidad de nuestros líderes** para promover una cultura inclusiva.
- II. **Consejo DEI** que asesora, acompaña e impulsa las medidas para cumplir con las aspiraciones de la Compañía en la materia.
- III. **Espacios de conexión y habilitamiento** que permiten a nuestra gente conocer sobre las diversidades existentes, accionando webinars, paneles y seminarios, entre otras herramientas.
- IV. Con el fin de seguir evolucionando, adquirir **mejores prácticas y reforzar nuestro compromiso público** hacia la equidad e inclusión, firmamos la adhesión con ONU Mujeres a los Principios para el Empoderamiento Femenino (WEPs), hemos obtenido diversas certificaciones tales como: Bloomberg GEI Index, Human Rights Campaign y Linked-in Talent Awards: Diversity Champion.



2. AMBIENTE DE TRABAJO FLEXIBLE Y ABIERTO

- I. Propiciar **foros de conversación** que generen conciencia, apoyen la conectividad humana y llamen a la acción, tales como: “We Talks” a nivel total organización, así como esfuerzos locales como “Lean in Circles” en Brasil, “Cinta Violeta” en Colombia, “Transformando Miradas” en Centroamérica Sur y “Dale la mano a la que sigue” en México.
- II. **Enriquecimiento de la cultura organizacional** incorporando la inclusión y la diversidad como comportamiento clave en nuestro elemento “Primero la Gente”.
- III. Incorporar DEI a lo largo de la experiencia del empleado mediante **esquemas flexibles, políticas y beneficios** con el fin de mejorar la inclusión, atracción, desarrollo y retención del talento diverso con medidas tales como: Políticas de Parentalidad y el “Manual KOF Incluye” donde se comparten mejores prácticas sobre el reclutamiento de personas con discapacidad.

3. TALENTO DIVERSO

Establecimiento de un objetivo global para incrementar la participación femenina en diferentes niveles, con un compromiso público de alcanzar una representación del 40% en posiciones de liderazgo para 2030. Pensando globalmente, pero actuando localmente nuestro compromiso es el **crear oportunidades** para todos y todas a través de un **entorno diverso**.

Ante la brecha de género existente dentro de la industria, hemos impulsado y potenciado el talento femenino de manera sostenible, empoderando a las mujeres para la toma de decisiones en puestos clave e implementado acciones para atraer, desarrollar y retener mujeres en posiciones de primera línea y operativas. En los últimos dos años hemos incorporado a más de 830 mujeres en posiciones operativas que tradicionalmente eran ocupadas por hombres:

- I. En Brasil, desarrollamos las **"Escuelas de Formación"**, para capacitar al talento femenino dentro de las comunidades para abrirles oportunidades dentro del campo laboral. Hoy en día, el **21% de ellas ocupan un puesto en nuestra subsidiaria en Brasil** como promotoras, operadoras y auxiliares de reparto. Igualmente hemos creado el primer **Centro de Distribución "ABC"** que nace con un 40% de representatividad de talento femenino.
- II. En Colombia lanzamos el programa **"Cinta Violeta"**, orientado a sensibilizar sobre la violencia que nuestra gente pudiera estar sufriendo dentro de sus hogares, **permitiéndoles compartir sus historias en un ambiente seguro**.
- III. En Guatemala **conformamos la primera línea de producción con operadoras**, lo que demuestra que la integración y el **desarrollo de las mujeres en puestos operativos** es posible.
- IV. En México durante los últimos años **hemos incorporado a más de 700 mujeres** en áreas comerciales y de cadena de suministro.

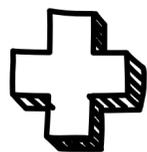


Continuamos ampliando esfuerzos para construir marcos estratégicos que permitan la incorporación e inclusión de otras diversidades: personas con discapacidad, movilidad social, raza y LGBTIQ+, entre otros.

Estamos trabajando en **asegurar la infraestructura** adecuada para la integración del talento diverso.

En Coca-Cola FEMSA sabemos que las diferencias nos fortalecen y nos permiten adaptarnos a un entorno global en constante cambio, forjando el camino para lograr ser mañana una organización que siga impulsando a la gente y el talento como una prioridad.

Alineados con nuestro Modelo de Bienestar Integral, promovemos el desarrollo integral y la calidad de vida de nuestros colaboradores. Contamos con una Estrategia de Desarrollo Social, centrada en cinco dimensiones:



SALUD

Promovemos estilos de vida saludables para los colaboradores en los aspectos físico y biopsicosocial.



RELACIONES SOCIALES

Fomentamos relaciones satisfactorias, en armonía con el entorno y la comunidad, mediante actividades de voluntariado.



ECONÓMICA

Promovemos la protección de activos y el ahorro por medio de una cultura de inteligencia financiera.



EDUCACIÓN

Impulsamos la participación en programas de capacitación que aumenten los conocimientos y las habilidades personales.



LABORAL

Fomentamos experiencias de trabajo positivas, basadas en el respeto y el apego a los derechos humanos, así como espacios que promuevan la seguridad y las relaciones laborales con inclusión y diversidad.

NUESTRA COMUNIDAD



Nos esforzamos por fortalecer y consolidar relaciones positivas con las comunidades con las que nos relacionamos.

Identificamos y desarrollamos oportunidades compartidas para alcanzar el desarrollo sostenible de la Compañía y de las comunidades, mejorando nuestra capacidad de servir al mercado y manteniendo nuestra licencia social para operar.

En Coca-Cola FEMSA procuramos ofrecer herramientas para el crecimiento sostenible y el desarrollo de las comunidades en las que tenemos presencia social y operacional. De igual manera, trabajamos para desarrollar actividades estandarizadas a lo largo de los países en los que opera la Compañía con un impacto social alto para proteger y promover la prosperidad de las personas de estas comunidades y continuar construyendo entornos socialmente responsables en nuestra cadena de valor.

A lo largo del año 2021, desarrollamos estrategias con nuestras comunidades, priorizando actividades enfocadas en nuestros pilares de sostenibilidad: Nuestra Gente, Nuestra Comunidad y Nuestro Planeta, en beneficio de aproximadamente 1.3 millones de personas. Gracias a las alianzas con The Coca-Cola Company, Fundación Coca-Cola y Fundación FEMSA, **implementamos más de 120 iniciativas** que contribuyeron a lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.

Con acciones enfocadas en los pilares Nuestra Gente y Nuestra Comunidad, **beneficiamos a más de 400,000 personas en todas nuestras operaciones** y realizamos más de 2,000 actividades que han impactado a más de 300,000 personas. Específicamente, priorizamos las iniciativas de bienestar integral de la comunidad, desarrollo de la primera infancia, crecimiento económico, abastecimiento sostenible, e inclusión y diversidad.

NUESTRA COMUNIDAD Y EL CONTEXTO SOCIOECONÓMICO EN AMÉRICA LATINA



En Coca-Cola FEMSA, buscamos mantener un compromiso proactivo con nuestras comunidades para que reduzcan sus vulnerabilidades y desarrollen capacidades que mejoren su calidad de vida. Nos esforzamos por fortalecer y consolidar relaciones que permitan alcanzar crecimiento y desarrollo sostenible de la Compañía y de las comunidades donde operamos, mejorando nuestra capacidad de servir al mercado y manteniendo nuestra responsabilidad social.

Uno de los principales retos sociales en la región de América Latina es la educación y el empleo. Tras dos años de pandemia la recuperación del empleo ha sido insuficiente, con una tasa de desocupación de 9.6 por ciento y con uno de cada dos trabajadores en la informalidad, la región debe enfrentarse a la perspectiva de una prolongación de la crisis por la pandemia causada por la enfermedad COVID-19 en el empleo.²

Se estima que el COVID-19 ha afectado a más del 60% de las pequeñas y medianas empresas ("PyMEs") y al 51% de empresas medianas, según la encuesta realizada en 121 países por el

Centro de Comercio Internacional. Por su parte, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) estima que la pandemia representaría el cierre de 2.7 millones de empresas en América Latina, la mayoría PyMEs. Teniendo en cuenta que las PyMEs representan el 99.5% del tejido empresarial de la región, se entiende el pronóstico de caídas para la región del 9% del PIB y la subida del desempleo a 13.5%.³

²https://www.ilo.org/americas/sala-de-prensa/WCMS_836198/lang-es/index.html

³<https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2020/11/la-doble-pandemia-de-las-pymes-latinoamericanas/>

EL TENDERO COMO MIPYME

Para el caso de las operaciones de Coca-Cola FEMSA, podemos ubicar a los tenderos dentro del grupo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), específicamente en el rubro de las microempresas.



De acuerdo con la OIT (Organización Internacional del Trabajo)⁴ el universo de las MIPYMES representa un conjunto heterogéneo en donde predomina la baja productividad.

En el caso de los tenderos, podemos afirmar:

- a. Que se trata de negocios unipersonales de entre 1 y 10 trabajadores.
- b. Que difícilmente pueden asumir los costos de formalización, así como otras prácticas que impliquen mejoras a las condiciones de trabajo.
- c. Que existe una elevada informalidad y enfrentan condiciones estructurales históricas que impiden su crecimiento, como el acceso a crédito y a tecnología.
 - En el caso de México, sólo el 1.68% de las microempresas usa equipo de cómputo (otros sectores usan hasta el 75%)⁵
- d. Son segmentos poco intensivos en conocimientos que generalmente compiten en términos de ubicación y oferta de productos.

⁴ Las MIPYMES en América Latina y el Caribe: Una agenda integrada para promover la productividad y la formalización, OIT Cono Sur, Informes Técnicos 2018.

⁵ Demografía de los negocios 2019-2021, INEGI.

RELEVANCIA DE LAS MIPYMES PARA LA REGIÓN

América Latina y el Caribe se caracteriza por una fuerte presencia de MIPYMES y la evidencia indica que son los agentes económicos con mayor capacidad para crear empleo, y que al menos cuentan con un empleado.⁶

El **sector de MIPYMES** tiene una acentuada concentración en el sector comercio. En 2016, aproximadamente el **42% de las microempresas de América Latina y Caribe operaban en este rubro** que ha sido uno de los más perjudicados por la pandemia.⁷

En el 2013, se registraban aproximadamente **11 millones de MIPYMES, diez millones de ellas eran micro y pequeñas**, mientras que solo un millón eran medianas y grandes.

En términos de empleo, las MIPYMES **representan para la región el 67%**.⁸

Casi el 60% del empleo en estas empresas era informal.

En materia de ingresos, los trabajadores en las MIPYMES representaban ingresos de un 10% menos que la economía de la región.

⁶ Las MIPYMES en América Latina y el Caribe: Una agenda integrada para promover la productividad y la formalización, OIT Cono Sur, Informes Técnicos 2018.

⁷ MIPYMES Covid-19, CEPAL.

⁸ Acerca de Microempresas y PYMES, CEPAL.

FOMENTO E INCLUSIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA COMO HABILITADOR SOCIAL

Basado en el último reporte de inclusión financiera publicado por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) en 2020 en México, únicamente 55 millones de personas físicas tienen un crédito financiero, lo que nos lleva a que sólo 6 de cada 10 mexicanos adultos tienen acceso a algún canal formal de financiación. Caso similar en Argentina y Colombia, en donde sólo 5 de cada 10 adultos cuentan con un crédito, mientras que en países como Chile y España asciende a 8 y 9, respectivamente.

Para una gran parte de la población económicamente activa de México, las *tienditas de la esquina*, comúnmente conocidas como el canal tradicional, son un medio importante como fuente de ingresos. Este canal tradicional, es identificado como el principal punto de venta en donde se comercializan alimentos, bebidas y otro tipo de artículos necesarios en el hogar y representa el 70% de las pequeñas y medianas empresas en México, del cual el 60% está representado por mujeres.

El acceso a créditos, a través de instituciones financieras, en la mayoría de nuestros clientes de canal tradicional consiste en tasas de fondeo muy elevadas, entre 80% y más de 100% anual, que no van acompañadas de educación financiera y terminan ocasionando más que un beneficio un perjuicio a nuestros clientes al no tener solvencia económica para cubrir el pago de sus créditos.

COBERTURA DE LOS DIFERENTES CANALES DE ACCESO FINANCIERO EN MEXICO*



	Sin puntos de acceso	1 canal	2 canales	3 canales	4 canales
Porcentaje de adultos	1.6%	1.6%	2.2%	4.4%	90.2%
Número de adultos	1,467,264	1,486,460	1,942,297	3,945,377	81,372,321
Porcentaje de municipios	22.3%	11.6%	10.3%	12.9%	42.8%
Número de municipios	549	285	254	317	1,053

Fuente: CNBV, junio de 2017.

<https://www.cnbv.gob.mx/Inclusi%C3%B3n/Documents/Reportes%20de%20IF/Reporte%20de%20Inclusion%20Financiera%209.pdf>

* Los canales de acceso considerados en este apartado son: sucursales, corresponsales, cajeros automáticos y terminales punto de venta.

Gracias a la continua interacción con nuestros clientes y considerando la situación actual de marginación financiera en México, mercado en donde se concentra nuestro mayor número de clientes, es que **nos damos a la tarea de explorar alternativas sostenibles que nos permitan seguir ayudando a nuestra comunidad y nuestro entorno**, que permitan fomentar una inclusión integral económica y financiera entre nuestros clientes; que es el principal grupo de interés en nuestra cadena de valor.

Entendiendo la problemática que enfrentan gran parte de nuestros clientes por la falta de accesos a los servicios bancarios y financieros tradicionales, es que el **desarrollo de un ecosistema comercial con soluciones financieras inclusivas y digitales** nos permitirá contribuir a través de la capacitación y educación a clientes del canal tradicional, con la intención de hacer crecer su propio negocio.

Coca-Cola FEMSA cuenta con una estrategia educativa y soluciones financieras que busca implementar lo siguiente:



- I. En una primera etapa, en México, mayor inclusión financiera a través del desarrollo de nuevos modelos de negocio como un pilar fundamental para llegar a la población de menores recursos económicos, Coca-Cola FEMSA ofrecerá a estos clientes crédito sobre el producto entregado, generando mejoras en el capital de trabajo con unas tasas que sean competitivas e inferiores a la media ofrecida actualmente en el mercado; así, ampliamos los días de pago de los productos que comercializamos a efecto que puedan adquirirlos de forma inmediata con modalidades de pago posterior que van en primera instancia entre 8 y 30 días. A través de este beneficio nuestros clientes lograrán agilizar la rotación de inventario mejorando su capital de trabajo que, de forma paulatina, contribuirá al crecimiento y el desarrollo del negocio.



- II. En una siguiente etapa, en México buscaremos ampliar las opciones de financiamiento a nuestros clientes a través del otorgamiento de microcréditos con un destino de recursos orientado a fortalecer su negocio, tal como invertir en productos diferentes a los que directamente les distribuimos, así como invertir en activos fijos necesarios para incrementar la gama de productos que pueden ofrecer, por ejemplo: rebanadoras, refrigeradores, vitrinas, básculas, entre otros; que confiamos van a ayudar a respaldar e incrementar la rentabilidad de nuestros clientes y en consecuencia, reducir la brecha social y económica en México.

En la implementación de los microcréditos antes referidos, cuidaremos que no exista conflicto de interés con las relaciones comerciales que tenemos con nuestros clientes, por lo que, entre otros conceptos, la compañía que fondee dichos microcréditos será distinto de la compañía que venda nuestros productos a los clientes y los términos de tales financiamientos no estarán ligados a la relación comercial de venta de productos que se mantenga con los clientes que reciban tales financiamientos.



III. Como parte de la visión que tenemos en Coca-Cola FEMSA para construir el ecosistema comercial con soluciones financieras entre nuestra base de clientes, es que buscamos acompañar las soluciones de financiación antes descritas con educación financiera a través de cursos e iniciativas de capacitación en temas de finanzas, marketing, recursos humanos, entre otros, que ayuden a mejorar el uso del crédito y fortalecer habilidades digitales, empresariales y laborales.



IV. Flexibilidad e innovación digital, donde se implementarán herramientas en el ecosistema digital financiero para el canal tradicional a través de una aplicación y dispositivos de cobro móvil que faciliten el pago de sus créditos y a la vez les den la oportunidad de ampliar su oferta de valor ofreciendo el cobro de servicios de terceros, productos digitales como venta de tiempo aire, el uso de carteras digitales, cobros a sus clientes de forma digital y administración de inventarios, entre otras alternativas que les permitan integrarse a la evolución digital comercial, que mejore la administración de sus negocios.



V. En una etapa posterior, se buscaría llevar esta estrategia al resto de los países donde operamos.

En Coca-Cola FEMSA queremos ayudar a nuestros clientes a crecer y apoyar a que sean catalizadores del cambio social. Concentraremos nuestros esfuerzos para lograr acercarnos aún más a las comunidades para sumar a más tenderas y tenderos que busquen crecer económica y personalmente, con la intención de ver reflejados estos cambios no solamente en la familia, sino en la comunidad de la que forman parte.

LA RESPONSABILIDAD CON NUESTRAS COMUNIDADES

Desarrollamos actividades estandarizadas a lo largo de los países en los que operamos y a su vez ofrecemos herramientas que tienen un impacto social alto para proteger y promover la prosperidad de las personas de nuestra cadena de valor para continuar construyendo entornos socialmente responsables, inclusivos y sostenibles.

Con base en estos compromisos, desarrollamos iniciativas estratégicas globales que buscan multiplicar el alcance y reducir las brechas estructurales y sociales por las que atraviesan las comunidades localizadas en zonas vulnerables.

Este contexto económico y social, representa para nosotros una oportunidad de incidir positivamente en nuestras comunidades. **Buscamos que nuestras habilidades comerciales puedan transmitirse a nuestra cadena de valor** y así poder potencializarlas en capacitación a los grupos vulnerables que componen nuestro canal tradicional, en materia de emprendimiento, liderazgo e inclusión financiera.



Buscamos desarrollar un modelo integral de capacitación de liderazgo y empoderamiento que pueda ser un detonador de desarrollo y crecimiento económico, mediante soluciones financieras que ofrezcan métodos y plazos de pago en condiciones competitivas en una primera fase y posteriormente el otorgamiento de microcréditos, según se mencionó antes, para pequeños y micro-negocios que les proporcione capacidades y herramientas para impulsar sus habilidades empresariales.

Como ejemplo de las capacidades que tenemos, en el 2021 **desplegamos alrededor de 11 proyectos piloto de desarrollo económico** con enfoque de DEI para apoyar la rentabilidad y sostenibilidad de los negocios de más de 17,000 personas, principalmente del canal tradicional, a través de la capacitación virtual de 1.5 horas en emprendimiento y empoderamiento económico, con componentes de innovación y digitalización para generar resiliencia y reactivar economías locales.



En México, unimos esfuerzos con The Coca-Cola Company, Fundación para el Desarrollo Económico y Social (FUNDES) y Pro-Mujer para implementar el programa Mujeres en el canal tradicional, a través del cual **proporcionamos capacitación individual en áreas como desarrollo de clientes y ventas, gestión de negocios, capacidades digitales y salud financiera**. El objetivo de este programa es impulsar el desarrollo de las mujeres y los pequeños negocios, de manera que puedan recuperarse de la reciente crisis económica y adaptarse a la nueva realidad de los negocios digitales. Con la Secretaría de Igualdad de Género del Estado de Chiapas, también desarrollamos la iniciativa Juntas Crecemos tu Negocio, que busca empoderar a las mujeres vulnerables con las fortalezas y habilidades para que sus negocios continúen desarrollándose.

Por otro lado, en Sudamérica, estamos trabajando en **programas centrados en la equidad de género, inclusión y diversidad**. Algunos proyectos en esta región son:



En Brasil, junto con The Coca-Cola Company, desarrollamos la iniciativa Coca-Cola dá um gás no seu negócio, en la que **capacitamos a mujeres emprendedoras afrodescendientes** de pequeñas tiendas y cocinas económicas a través del Instituto Camellia.



En Colombia, fortalecimos el largo plazo de pequeños negocios, a la vez que **promovimos modelos financieros responsables** con los programas Finsotienda y Ruta Tenderos.



En Venezuela, país en el que operamos mediante una inversión en acciones, **impartimos capacitación para desarrollar el liderazgo colectivo de las mujeres** con un componente psicosocial, a través del programa Red de Empoderamiento.

NUESTRO PLANETA

OBJETIVOS DE REABASTECIMIENTO Y ACCESO Y FONDOS DE AGUA

Estamos comprometidos con contribuir al cuidado del medio ambiente, minimizando el impacto ambiental de nuestras operaciones a lo largo de la cadena de valor, así como el de nuestros productos y servicios.

Como fabricante de bebidas, el agua es nuestro insumo más importante. Reconocemos su importancia fundamental para la continuidad del negocio, así como un derecho humano y la importancia que tiene en la calidad de vida de quienes viven en las comunidades donde operamos.

Nos comprometimos a devolver al medio ambiente y a las comunidades la misma cantidad de agua utilizada en nuestras bebidas, al tiempo que la salvaguardamos no solo para su uso, sino también para que nuestras comunidades la disfruten ahora y en el futuro. Desde el 2015 hasta el 2021, mejoramos significativamente nuestra proporción de uso de agua en un 17% para llegar a 1.47 litros de agua por litro de bebida producida, lo que representa un ahorro de más de 9,500 millones de litros.

Para definir las acciones que debemos tomar en agua, elaboramos la herramienta WRA (Water Risk Assessment), alineada a estándares internacionales, tales como: ISO 31000 (Risk-consequence matrix), Sustainability Accounting Standards Board, Aqueduct Water Risk Atlas, Water Risk Monetizer de Ecolab, además de cumplir con los estándares de descarga de agua de la compañía Coca-Cola Company (KORE) que sobrepasan la normativa local de todos los países donde operamos.

100%

Actualmente reabastecemos más del 100% del agua que utilizamos en la producción de bebidas en México, Guatemala, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Colombia, Brasil y Argentina.





100%

Con lo anterior, logramos que **100% del agua de nuestras operaciones de manufactura, sea procesada en plantas de tratamiento, garantizando una calidad suficiente para permitir la vida acuática.**

Estos estándares y certificaciones nos permiten evaluar anualmente el estado de las plantas con respecto al agua de manera sistémica.

Estos resultados, a su vez nos permiten identificar los riesgos y oportunidades en términos de la relación con el recurso hídrico, así como, definir y priorizar los planes de acción por cuenca y por planta, según sea necesario, de manera que previendo cualquier riesgo identificado logremos minimizar cualquier limitante en torno al agua para la operación de Coca-Cola FEMSA, generando impactos positivos en las comunidades donde operamos.

Para Coca-Cola FEMSA la economía circular significa establecer mecanismos que aseguren la circularidad de los materiales utilizados en los empaques, **fomentando la recolección, reúso, reducción y reciclaje de todos los residuos.** Alineados con la estrategia de The Coca Cola Company, "World Without Waste" un mundo sin residuos, buscamos darles circularidad a nuestros empaques, con enfoque en el PET, desde el diseño, producción, consumo, recolección, transformación y reducción del uso de materiales vírgenes.

Podemos decir con orgullo que, en los principales mercados en los que operamos, que son México y Brasil, **los mecanismos de recolección y reciclaje de envases representan más del 70% de las botellas de tereftalato de polietileno (PET) que se venden**, en camino a la meta del 2030 de recolectar el 100% de las botellas de PET colocadas en el mercado, lo que nos coloca como los mejores en su clase en la materia: una ventaja competitiva que se aprovecha a través de nuestro enfoque de economía circular de botella a botella. Además, en 2021, utilizamos una media del 31% de contenido reciclado en nuestras botellas de plástico, lo que nos deja por arriba de nuestro objetivo de 2020 que consistía en 25%; un objetivo que actualmente ampliamos para llegar a incluir el 50% de materiales reciclados en los envases de PET en el 2030.

Somos un orgulloso miembro del Compromiso Global de la Nueva Economía del Plástico⁹ dirigido por la Fundación Ellen MacArthur¹⁰ para erradicar los residuos de plástico en su origen y establecer una economía circular para el material. Como miembro de la iniciativa "Una línea en la arena"¹¹, **nos comprometemos a desarrollar acciones para reducir el plástico innecesario, innovar y aumentar el reciclaje** con objetivos revisados cada 18 meses, y a ser cada vez más ambiciosos en nuestros objetivos de cara al futuro.



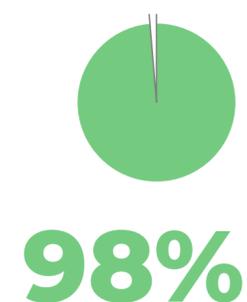
⁹ <https://www.newplasticseconomy.org/projects/global-commitment>

¹⁰ https://www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy/what-is-the-circular-economy?gclid=EAlaIQobChMlj-Klw7z96glVeSmzAB1lgoLEAAYASAAEgKHBPD_BwE

¹¹ <https://www.unenvironment.org/news-and-stories/press-release/line-sand-global-commitment-eliminate-plastic-pollution-source>

En el 2021, 22 de nuestras plantas embotelladoras obtuvieron la certificación de Cero Residuos al Relleno Sanitario. Esta iniciativa, es elaborada por The Coca-Cola Company y establece medidas específicas para mejorar la gestión, la eliminación y la reutilización de los residuos, lo que permite mejorar la eficiencia de los residuos por litro de bebida producido. En Colombia, 100% de nuestras plantas cuentan con una certificación Cero Residuos por el Instituto Colombiano de Normas Técnicas (Icontec).

Nuestra meta es certificar 100% de las plantas de embotellado como Cero Residuos al Relleno Sanitario.



Al cierre del 2021, evitamos que 116.8 mil toneladas de residuos fueran enviados a rellenos sanitarios, lo que representa el 98% de nuestros residuos.

En este sentido, cada una de las personas involucradas en esta cadena de recolección son una pieza clave y con quienes estamos trabajando para asegurar que sus derechos y calidad de vida mejoren.

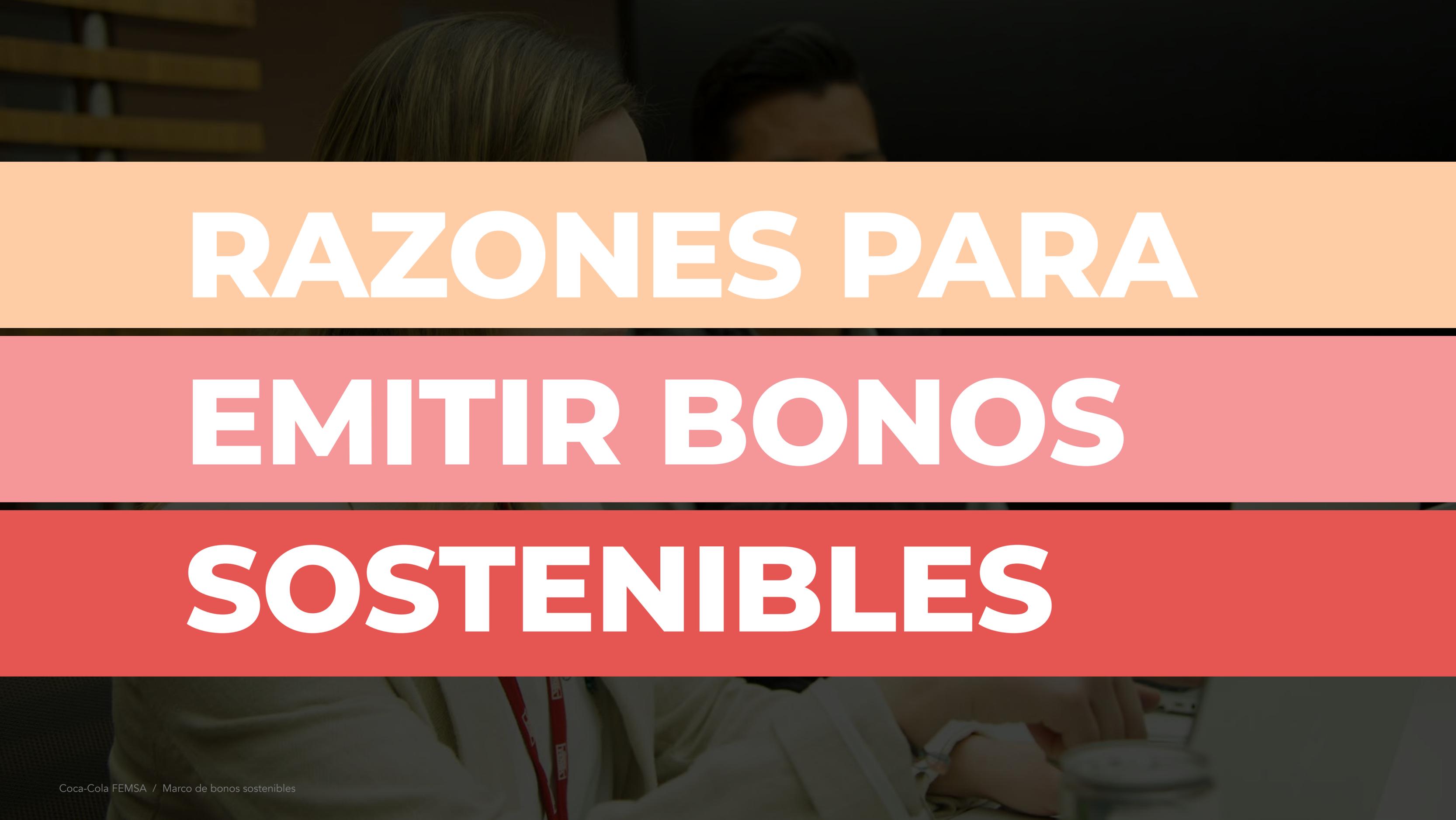
El cambio climático es un tema estratégico para nosotros y se gestionará a través de nuestro nuevo plan de reducción de emisiones 2030. Nuestra estrategia está orientada a impulsar un cambio medioambiental positivo en toda la cadena de valor, incluyendo proveedores, operaciones, clientes y consumidores.

Para avanzar hacia una operación baja en emisiones de carbono, adoptamos el enfoque de Science Based Targets Initiative (SBTi), alineado con el objetivo del Acuerdo de París de limitar el aumento de la temperatura global muy por debajo de los 2°C. En consecuencia, durante 2019, nos embarcamos en el proceso de obtener la aprobación de nuestros objetivos por parte de la SBTi, una colaboración entre el CDP (antes Carbon Disclosure Project), el Instituto de Recursos Mundiales, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y el Fondo Mundial para la Naturaleza, **convirtiéndonos en la primera empresa mexicana y la tercera en Latinoamérica en lograr esta validación.** Este esfuerzo está diseñado para medir y contabilizar la huella de carbono de nuestra cadena de valor y la adopción de objetivos basados en la ciencia para la reducción de emisiones que reflejan nuestro compromiso con una economía baja en emisiones de carbono. Como tal, nos comprometemos a:

REDUCIR EL 50% DE LAS EMISIONES ABSOLUTAS DE GEI DE ALCANCE 1 Y 2 PARA 2030 EN COMPARACIÓN CON 2015 (AÑO BASE).

REDUCIR EL 20% DE LAS EMISIONES ABSOLUTAS DE GEI DE ALCANCE 3 PROCEDENTES DE BIENES Y SERVICIOS ADQUIRIDOS Y DEL TRANSPORTE Y LA DISTRIBUCIÓN PARA 2030 EN COMPARACIÓN CON 2015 (AÑO BASE).

AUMENTAR EL SUMINISTRO ANUAL DE ELECTRICIDAD RENOVABLE AL 100% EN 2030.

The background of the slide shows a blurred scene of people in a meeting or office setting. A woman with long brown hair is visible in the upper left, and a man is partially visible in the upper right. In the lower part of the image, a person is wearing a white lab coat and a red lanyard, looking down at a document or device. The overall lighting is dim, creating a professional and focused atmosphere.

RAZONES PARA EMITIR BONOS SOSTENIBLES

RAZONES PARA EMITIR BONOS SOSTENIBLES

Nuestra estrategia de sostenibilidad y nuestros compromisos ambientales son la piedra angular de la emisión de nuestros bonos verdes, sociales y sostenibles.

Nuestro objetivo es financiar nuestra transición hacia operaciones con bajas emisiones de carbono, reforzar nuestra resiliencia y minimizar nuestra exposición a los riesgos ambientales, al tiempo que somos conscientes del medio ambiente, apoyar a nuestras comunidades, mejorar la vida de las personas con las que trabajamos y el bienestar social; esto, a través de inversiones que garanticen la sostenibilidad de nuestro modelo de negocio, y comprometiéndonos con objetivos de reducción de emisiones y bienestar a la sociedad y nuestras comunidades, que cumplan principalmente con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (ODS).

En septiembre de 2020 colocamos nuestro primer bono verde en los mercados internacionales y en septiembre del 2021, colocamos el primer bono vinculado a la sostenibilidad en el mercado mexicano, que además fue pionero en el mismo. Continuamos creyendo en los resultados del uso de financiamiento sostenible como una herramienta para apoyar nuestras metas sobre el impacto social y ambiental. El establecimiento de este marco integral de sostenibilidad ha permitido que Coca-Cola FEMSA pueda incorporar una amplia selección de proyectos a nuestro marco de financiamiento sostenible y reforzar nuestro compromiso con los ODS y así contribuir al desarrollo económico sostenido y al bienestar social.



Colocamos nuestro primer bono verde en los mercados internacionales

Primer bono vinculado a la sostenibilidad en el mercado mexicano

ALINEAMIENTO CON LOS PRINCIPIOS DE BONOS VERDES Y BONOS SOCIALES

Los Principios de los Bonos Verdes (GBP, por sus siglas en inglés), y los Principios de los Bonos Sociales (SBP, por sus siglas en inglés), junio 2022, son alineamientos voluntarios por parte de la Asociación Internacional de Mercados de Capitales (International Capital Market Association o ICMA, por sus siglas en inglés), de mejores prácticas en la emisión de bonos verdes o sociales. Ambos principios recomiendan la transparencia y comunicación, al tiempo que promueven la integridad en el mercado de bonos etiquetados. El Marco de Bonos Sostenibles de Coca-Cola FEMSA está alineado con los cuatro principios de los Bonos Verdes y Bonos Sociales.



1. USO DE LOS FONDOS



En Coca-Cola FEMSA tenemos el compromiso de contribuir al logro de los ODS de las Naciones Unidas. Aunque muchas de nuestras acciones contribuyen a los 17 ODS, **estamos convencidos de que podemos tener un mayor impacto tanto en materia ambiental, económico, así como en la social.**

Los recursos recaudados de la emisión de **los bonos verdes, sociales o sostenibles de Coca-Cola FEMSA se asignarán para financiar o refinanciar, en su totalidad o en parte, uno o más proyectos de las categorías elegibles que hemos definido**, las cuales consideran inversiones que haremos después de la emisión de nuestros bonos verdes, sociales o sostenibles o inversiones que hayamos hecho en los 24 meses previos a la fecha de emisión de dichos bonos.

En Coca-Cola FEMSA estamos convencidos de que podemos tener un mayor impacto en los siguientes objetivos:

PROYECTOS VERDES		
SGB Categoría de Proyecto Elegible	Criterios de Elegibilidad y Ejemplo de Proyectos	Alineación con los ODS
Transporte limpio y masivo	<p>Gastos relacionados con nuestra propia flota de transporte y de terceros:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Camiones y vehículos totalmente eléctricos • Infraestructura de vehículos eléctricos, incluidas las estaciones de carga 	 <p>7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE 13 ACCIÓN POR EL CLIMA</p>
Eficiencia energética	<p>Gastos relacionados con proyectos de eficiencia energética, incluidos equipos, sistemas, mejoras operativas y mantenimiento. Los ejemplos incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gastos para mantener y mejorar la eficiencia energética, incluso en lo que se refiere a actualizaciones de calefacción, ventilación y aire acondicionado, actualizaciones de iluminación LED, unidades de velocidad variable y sistemas detectores de movimiento que pueden resultar en una eficiencia energética y la reducción de emisiones de GEI de aproximadamente un 14% en comparación con los sistemas que están reemplazando. • Optimización del sistema de refrigeración: actualización de equipos de refrigeración para mejorar la eficiencia energética y el consumo de electricidad de los equipos de refrigeración y equipos de punto de venta. 	 <p>7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO 9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA 13 ACCIÓN POR EL CLIMA</p>

SGB Categoría de Proyecto Elegible	Criterios de Elegibilidad y Ejemplo de Proyectos	Alineación con los ODS
Energía renovable	<p>Gastos relacionados con la construcción, desarrollo, adquisición, mantenimiento y operación de energía renovable incluyendo solar, eólica, geotérmica con emisiones directas de menos de 100g CO₂/kWh y generación de energía hidroeléctrica (≤25 MW). Los ejemplos incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proyectos de energía renovable (centros de fabricación y distribución), como paneles solares. 	   
Gestión sostenible del agua y las aguas residuales	<p>Gastos relacionados con proyectos de eficiencia hídrica, como eficiencia en el uso del agua en nuestras plantas embotelladoras, instalación de nuevos equipos eficientes relacionados con el agua, reposición de agua, gestión de aguas residuales y tratamiento de agua.</p>	  
Prevención y control de la contaminación	<p>Gastos relacionados con la producción, construcción, mantenimiento, operación, mejoras e infraestructura de instalaciones de cero residuos y procesos de gestión de residuos industriales y post consumo incluyendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instalaciones de reciclaje, centros de clasificación y equipos para materiales plásticos de post consumo, como PET y/o recolección de vidrio. 	
Productos, tecnologías y procesos de producción ecoeficientes o adaptados a la economía circular	<p>Gastos relacionados con la adquisición de resina de PET reciclado (rPET), para aumentar el contenido de rPET de nuestros envases de PET de un solo uso, hasta alcanzar el 50% del rPET en estos productos.</p>	 

PROYECTOS SOCIALES

SBP Categoría de Proyecto Elegible	Criterios de elegibilidad y ejemplos de proyectos	Alineación con los ODS	Población Objetivo																
<p>Acceso a servicios esenciales (por ejemplo: salud, educación, y formación profesional y conocimiento de fundamentos comerciales y financieros).</p>	<p>Proyectos de educación y capacitación</p> <p>Gastos e inversiones relacionadas con el desarrollo de habilidades que promuevan una integración social de grupos vulnerables a través de herramientas de desarrollo digital, educación financiera y generación de nuevas oportunidades laborales.</p> <p>Algunos ejemplos son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programas de formación y acompañamiento para educadores de primera infancia, cuyo objetivo es desarrollar al personal necesario para ofrecer la capacitación a padres y madres de familias de bajos ingresos en temas de salud, cuidado de niños y niñas. • Capacitación a socios comerciales en toda la cadena de valor (proveedores, tenderos, recicladores, entre otros) que les permita desarrollar conocimiento en temas de gestión comercial, de seguridad y salud, etc. • Proyectos de capacitación digital de autocuidado para promover estilos de vida activos y saludables. • Programas de formación de líderes con perspectiva de inclusión y diversidad para generar ambientes de trabajo psicológicamente seguros, así como el desarrollo de liderazgo femenino para impulsar la equidad de género. • Continuar desarrollando escuelas de formación en las comunidades donde operamos para el desarrollo de capacidades y competencias orientado a minorías que desean incorporarse a la fuerza laboral (mujeres, refugiados, migrantes, entre otros). 	  	<p>El alcance de estos proyectos permitirá tener un acercamiento con nuestra comunidad inmediata identificada y seleccionada por indicadores sociodemográficos:</p> <p>Algunos ejemplos en México serían:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Población definida como clase baja con un ingreso promedio mensual de 11 mil 343 pesos, y clase media con un ingreso promedio mensual de 22 mil 297 pesos por hogar, según el reporte del INEGI 2021¹² • Nivel educativo del jefe o jefa de familia: Básica¹³, perteneciente a nivel socioeconómico C-, D+, D y E, según el AMAI¹⁴ <table border="1" data-bbox="2392 709 2982 1071"> <thead> <tr> <th>Nivel socioeconómico</th> <th>Puntos</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A/B</td> <td>202 y más</td> </tr> <tr> <td>C+</td> <td>168 a 201</td> </tr> <tr> <td>C</td> <td>141 a 167</td> </tr> <tr> <td>C-</td> <td>116 a 140</td> </tr> <tr> <td>D+</td> <td>95 a 115</td> </tr> <tr> <td>D</td> <td>48 a 94</td> </tr> <tr> <td>E</td> <td>0 a 47</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> • Población localizada en México dentro de la zona Golfo, Sureste, Centro-Pacífico, Bajío, Valle de México y Monarca, identificadas como de baja presencia en canales de acceso e infraestructura financiera, de acuerdo con el Reporte Nacional de Inclusión Financiera¹⁵ publicado por el CONAIF en 2018 • Hombres y Mujeres económicamente activos de 18 a 65 años que se encuentren dentro de los territorios en donde Coca-Cola FEMSA tiene huella operativa (Estados y Provincias dentro de Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Guatemala, México Nicaragua, Panamá y Uruguay). • Personas que desean incorporarse a la fuerza laboral, incluyendo a mujeres, refugiados, migrantes, personas con discapacidad y otras minorías que se encuentren dentro de los territorios en donde Coca-Cola FEMSA tiene huella operativa. 	Nivel socioeconómico	Puntos	A/B	202 y más	C+	168 a 201	C	141 a 167	C-	116 a 140	D+	95 a 115	D	48 a 94	E	0 a 47
Nivel socioeconómico	Puntos																		
A/B	202 y más																		
C+	168 a 201																		
C	141 a 167																		
C-	116 a 140																		
D+	95 a 115																		
D	48 a 94																		
E	0 a 47																		

¹² https://www.inegi.org.mx/contenidos/investigacion/cmedia/doc/cm_desarrollo.pdf

¹³ Nivel de educación Básica: Población con algún grado aprobado en preescolar, primaria, secundaria, o bien estudios técnicos o comerciales con primaria terminada.

¹⁴ https://www.amai.org/descargas/Nota_Metodologico_NSE_2022_v5.pdf

¹⁵ <https://www.gob.mx/cnbv/articulos/9-reporte-nacional-de-inclusion-financiera-rnif9?idiom=es>

SBP Categoría de Proyecto Elegible	Criterios de elegibilidad y ejemplos de proyectos	Alineación con los ODS	Población Objetivo																
<p>Avances socioeconómicos y empoderamiento (por ejemplo, acceso equitativo y control sobre activos, servicios, recursos y oportunidades, participación e integración equitativas en el mercado y la sociedad).</p>	<p>Proyectos de innovación y acceso a habilidades digitales</p> <ul style="list-style-type: none"> Gastos e inversiones relacionadas al acceso de los microempresarios (<i>Tienditas de la esquina</i>) a soluciones flexibles de financiación con tasas asequibles que impulsen su crecimiento y faciliten su integración en las cadenas de valor y los mercados. Gastos e inversiones en el desarrollo sostenible de las comunidades, generando proyectos relacionados con el bienestar integral de nuestras comunidades; planes de acción por cuenca para proporcionar a la comunidad localizada alrededor de nuestras operaciones, iniciativas de reabastecimiento y acceso a agua, desarrollar competencias para ampliar nuestras capacidades de reciclaje, desarrollo de espacios recreativos, actividades para promover estilos de vida saludable, así como generar impactos positivos para la mitigación al cambio climático, la adaptación y la resiliencia ante los impactos ambientales. Dentro de estos proyectos se promoverán espacios para la equidad dentro de nuestras locaciones, incluyendo la instalación de salas de lactancia y espacios para asegurar la inclusión que permitan garantizar el estado de salud físico y emocional de nuestros colaboradores. <p>Algunos ejemplos son:</p> <ul style="list-style-type: none"> Proporcionar apoyo financiero a proyectos sociales y ambientales que trabajen directa o indirectamente con el bienestar de la comunidad, esto incluye el desarrollo de infraestructura para personas con algún tipo de discapacidad o neurodivergencias. Instalación de infraestructura que promueva el uso y acceso eficiente de recursos hídricos, como proyectos de captación de agua. Recuperar lugares de encuentro que fomenten la integración económica y la reactivación social. Al rehabilitar espacios públicos propiciamos la generación de ambientes seguros, amigables y de calidad, así como actividades recreativas, culturales y deportivas. 	    	<p>El alcance de estos proyectos permitirá tener un acercamiento con nuestra comunidad inmediata identificada y seleccionada por indicadores sociodemográficos:</p> <p>Algunos ejemplos en México serían:</p> <ul style="list-style-type: none"> Población definida como clase baja con un ingreso promedio mensual de 11 mil 343 pesos, y clase media con un ingreso promedio mensual de 22 mil 297 pesos por hogar, según el reporte del INEGI 2021¹⁶ Nivel educativo del jefe o jefa de familia: Básica¹⁷, perteneciente a nivel socioeconómico C-, D+, D y E, según el AMAI¹⁸ <table border="1" data-bbox="2392 671 2978 1033"> <thead> <tr> <th>Nivel socioeconómico</th> <th>Puntos</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A/B</td> <td>202 y más</td> </tr> <tr> <td>C+</td> <td>168 a 201</td> </tr> <tr> <td>C</td> <td>141 a 167</td> </tr> <tr> <td>C-</td> <td>116 a 140</td> </tr> <tr> <td>D+</td> <td>95 a 115</td> </tr> <tr> <td>D</td> <td>48 a 94</td> </tr> <tr> <td>E</td> <td>0 a 47</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> Población localizada en México dentro de la zona Golfo, Sureste, Centro-Pacífico, Bajío, Valle de México y Monarca, identificadas como de baja presencia en canales de acceso e infraestructura financiera, de acuerdo con el Reporte Nacional de Inclusión Financiera¹⁹ publicado por el CONAIF en 2018 Hombres y Mujeres económicamente activos de 18 a 65 años que se encuentren dentro de los territorios en donde Coca-Cola FEMSA tiene huella operativa (Estados y Provincias dentro de Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Guatemala, México Nicaragua, Panamá y Uruguay). Personas que desean incorporarse a la fuerza laboral, incluyendo a mujeres, refugiados, migrantes, personas con discapacidad y otras minorías que se encuentren dentro de los territorios en donde Coca-Cola FEMSA tiene huella operativa. 	Nivel socioeconómico	Puntos	A/B	202 y más	C+	168 a 201	C	141 a 167	C-	116 a 140	D+	95 a 115	D	48 a 94	E	0 a 47
Nivel socioeconómico	Puntos																		
A/B	202 y más																		
C+	168 a 201																		
C	141 a 167																		
C-	116 a 140																		
D+	95 a 115																		
D	48 a 94																		
E	0 a 47																		

¹⁶ https://www.inegi.org.mx/contenidos/investigacion/cmmedia/doc/cm_desarrollo.pdf

¹⁷ Nivel de educación Básica: Población con algún grado aprobado en preescolar, primaria, secundaria, o bien estudios técnicos o comerciales con primaria terminada.

¹⁸ https://www.amai.org/descargas/Nota_Metodologico_NSE_2022_v5.pdf

¹⁹ <https://www.gob.mx/cnbv/articulos/9-reporte-nacional-de-inclusion-financiera-rnif9?idiom=es>

SBP Categoría de Proyecto Elegible	Criterios de elegibilidad y ejemplos de proyectos	Alineación con los ODS	Población Objetivo																
<p>Programas diseñados para prevenir y/o aliviar el desempleo derivado de las crisis socioeconómicas, incluso a través del efecto potencial de la financiación de los microempresarios y el autoempleo. Empoderamiento y avance socioeconómico de las mujeres, incluyendo su participación e integración equitativa en el mercado y la sociedad.</p>	<p>Otorgamiento de soluciones de financiación</p> <ul style="list-style-type: none"> En una primera etapa, términos de venta flexibles en el pago de productos comercializados a través de nuestros canales de venta y en una segunda etapa otorgar financiamiento para que los tenderos cuenten con nuevas soluciones, fuentes y canales de financiamiento, que les permitan invertir en productos diferentes a los que directamente les distribuimos, así como invertir en activos fijos necesarios para incrementar la gama de productos que pueden ofrecer. Estas soluciones de financiamiento que se componen por flexibilidad de pagos y microcréditos serán otorgadas a tasas competitivas, en comparación a la media del mercado de instituciones financieras. Para la gestión adecuada de estas soluciones de financiación, los beneficiarios además recibirán una serie de recursos educativos que les permitirán hacer un uso eficiente de los recursos financieros obtenidos. <p>Algunos ejemplos son:</p> <ul style="list-style-type: none"> Inversiones en programas que apoyen a mujeres que ya cuentan con un pequeño negocio en casa. Cambiar términos de pago dando plazos de ocho a treinta días, a tasas competitivas; y el financiamiento para microempresas o Py-MEs según la definición de Intenational Finance Corporation²⁰ Cursos que ayuden a mejorar el uso del crédito, facilitar el acceso a dispositivos de cobro digital en los puntos de venta, buscar soluciones de cobro digital en servicios de terceros, así como la venta digital de productos adicionales, entre otras alternativas que les permitan integrarse a la evolución digital comercial que mejore la administración y rentabilidad de sus negocios. 	<p>4 EDUCACIÓN DE CALIDAD</p>  <p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>  <p>10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES</p> 	<p>El alcance de estos proyectos permitirá tener un acercamiento con nuestra comunidad inmediata identificada y seleccionada por indicadores sociodemográficos:</p> <p>Algunos ejemplos en México serían:</p> <ul style="list-style-type: none"> Población definida como clase baja con un ingreso promedio mensual de 11 mil 343 pesos, y clase media con un ingreso promedio mensual de 22 mil 297 pesos por hogar, según el reporte del INEGI 2021²¹ Nivel educativo del jefe o jefa de familia: Básica²², perteneciente a nivel socioeconómico C-, D+, D y E, según el AMAI²³ <table border="1" data-bbox="2392 643 2978 1003"> <thead> <tr> <th>Nivel socioeconómico</th> <th>Puntos</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A/B</td> <td>202 y más</td> </tr> <tr> <td>C+</td> <td>168 a 201</td> </tr> <tr> <td>C</td> <td>141 a 167</td> </tr> <tr> <td>C-</td> <td>116 a 140</td> </tr> <tr> <td>D+</td> <td>95 a 115</td> </tr> <tr> <td>D</td> <td>48 a 94</td> </tr> <tr> <td>E</td> <td>0 a 47</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> Población localizada en México dentro de la zona Golfo, Sureste, Centro-Pacífico, Bajío, Valle de México y Monarca, identificadas como de baja presencia en canales de acceso e infraestructura financiera, de acuerdo con el Reporte Nacional de Inclusión Financiera²⁴ publicado por el CONAIF en 2018. Hombres y Mujeres económicamente activos de 18 a 65 años que se encuentren dentro de los territorios en donde Coca-Cola FEMSA tiene huella operativa (Estados y Provincias dentro de Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Guatemala, México Nicaragua, Panamá y Uruguay). Personas que desean incorporarse a la fuerza laboral, incluyendo a mujeres, refugiados, migrantes, personas con discapacidad y otras minorías que se encuentren dentro de los territorios en donde Coca-Cola FEMSA tiene huella operativa. 	Nivel socioeconómico	Puntos	A/B	202 y más	C+	168 a 201	C	141 a 167	C-	116 a 140	D+	95 a 115	D	48 a 94	E	0 a 47
Nivel socioeconómico	Puntos																		
A/B	202 y más																		
C+	168 a 201																		
C	141 a 167																		
C-	116 a 140																		
D+	95 a 115																		
D	48 a 94																		
E	0 a 47																		

¹² IFC's Definitions of Targeted Sectors: https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/industry_ext_content/ifc_external_corporate_site/financial+institutions/priorities/ifcs+definitions+of+targeted+sectors

²¹ https://www.inegi.org.mx/contenidos/investigacion/cmmedia/doc/cm_desarrollo.pdf

²² Nivel de educación Básica: Población con algún grado aprobado en preescolar, primaria, secundaria, o bien estudios técnicos o comerciales con primaria terminada.

²³ https://www.amai.org/descargas/Nota_Metodologico_NSE_2022_v5.pdf

²⁴ <https://www.gob.mx/cnbv/articulos/9-reporte-nacional-de-inclusion-financiera-rnif9?idiom=es>

2. PROCESO DE EVALUACIÓN Y SELECCIÓN DE PROYECTOS

Nuestro equipo de sostenibilidad identificará, evaluará y seleccionará los proyectos elegibles con base en los criterios descritos en la sección anterior y tomando en consideración el importe de los ingresos netos de la colocación de bonos verdes, sociales o sostenibles.

Para la evaluación y selección de proyectos, el equipo tendrá reuniones de forma recurrente. Asimismo, para garantizar que podamos lograr estos objetivos de manera eficiente **acordamos establecer un Comité ESG** que, a partir de 2022, comenzó a sesionar y el cual está integrado por un equipo de nuestros principales directivos. Con ello **aseguraremos que todas las áreas relevantes del negocio y todos los países en los que operamos se involucren plenamente en la creación de las iniciativas y decisiones ESG.**





METODOLOGÍA DE RIESGOS

La compañía está presente en diferentes países y regiones, por lo que continuamente estamos expuestos a riesgos y retos. **Nuestra capacidad para manejar los riesgos que pudieran surgir en el entorno global en el que operamos es fundamental para la creación de valor del negocio.** Por ello, nuestra estrategia incluye un proceso de gestión integral de riesgos que nos permite identificarlos, medirlos, registrarlos, evaluarlos, prevenirlos y/o mitigarlos, así como para la implementación de medidas de seguimiento que aseguren su eficiente funcionamiento.¹³



METODOLOGÍA DE IMPACTO DE LOS PROYECTOS AMBIENTALES

Si bien ya contamos con un proceso de gestión integral de riesgos, estamos trabajando en un proceso de evaluación holístico, sistémico y transversal que nos permitirá evaluar cada proyecto ambiental y sus implicaciones tanto internas como externas.

En este sentido, actualmente ya **contamos con herramientas especializadas que nos permiten evaluar y seleccionar los proyectos con base en la prevención, mitigación y generación de resiliencia.** Un ejemplo en materia de gestión hídrica es el desarrollo de la herramien-

ta “Water Risk Assessment”, la cual se instituyó como metodología para identificar y priorizar nuestras acciones de reabastecimiento y acceso. Esta herramienta tiene como objetivo identificar los riesgos operativos en nuestras actividades relacionados con el uso del recurso hídrico de manera sistémica. En este sentido, analizamos aspectos internos y externos relacionados con el agua, tal como la vulnerabilidad ante el cambio climático, el estrés hídrico, la fuente de agua, cumplimiento normativo, aspectos reputacionales e indicadores ESG, entre otros. A partir de los resultados de la herramienta **priorizamos nuestros proyectos y planes de acción, comparándolos con los resultados de años anteriores para ajustar los planes en curso y monitorear el éxito de nuestros proyectos.**

²⁵ <https://coca-colafemsa.com/reportes/KOF2018/es/comprehensive-risk-management.html#:~:text=Implementar%20medidas%20para%20mitigar%20el,los%20Principios%20Gu%C3%ADa%20para%20Proveedores>

METODOLOGÍA DE IMPACTO DE LOS PROYECTOS SOCIALES

En Coca-Cola FEMSA buscamos ser un agente de cambio que contribuya a mejorar las condiciones de vida de las comunidades en donde tenemos presencia, iniciando con las más inmediatas. Sabemos que, como parte de estas comunidades, el éxito de nuestra estrategia de negocio y permanencia también están ligados a la capacidad para sumar voluntades e identificar riesgos, que nos permita contribuir a resolver los desafíos y capturar las oportunidades que se encuentran en el entorno, además comprender el contexto social local, sus características y dinámica, lo que le permite actuar con base en un enfoque integrador.

Nuestro objetivo es desarrollar relaciones respetuosas y que generen valor a través de identificar tres aspectos centrales:

- I. El impacto que nuestras operaciones pueden tener en las comunidades.
- II. Las circunstancias de las comunidades inmediatas que podrían impactar nuestra operación.
- III. Las oportunidades de colaboración para mejorar el entorno en beneficio mutuo.

Por ello, insistimos que nuestras actividades y programas con la comunidad, siempre:



METODOLOGÍA MARRCO

Como Modelo de Atención a Riesgos y Relacionamiento Comunitario utilizamos la metodología MARRCO; que tiene como propósito instalar y habilitar inteligencia comunitaria, la cual se integra al desarrollo de estrategias de negocio y planes operativos de los centros de trabajo.

Se compone de 5 pasos y su propósito está alineado al cumplimiento de nuestra misión: generar valor económico y social a través de empresas e instituciones.

5. APRENDER Y MEJORAR

- Fortalecer las capacidades y desarrollar habilidades a través de la identificación de áreas de oportunidad, mejores prácticas e intercambio de aprendizajes.

4. EVALUAR Y MEDIR

- Niveles de impacto de las actividades de relacionamiento comunitario.



1. IDENTIFICAR Y ENTENDER

- Objetivos y capacidades
- Necesidades, recursos y compromisos del negocio con la comunidad
- La forma de ser, necesidades y prioridades de la comunidad.

2. ANALIZAR Y PLANEAR

- Los riesgos y oportunidades para el diseño de actividades y programas de relacionamiento comunitario.

3. ACORDAR Y ACTUAR

- Escuchar y construir en conjunto con la comunidad para establecer compromisos y ejecutar actividades y programas de interés común.

La Etapa de MARRCO y entregables se componen en 4 etapas:



Desde la perspectiva de MARRCO, sólo interesan aquellos objetivos de negocio que generen algún impacto a la comunidad:



3. GESTIÓN DE LOS FONDOS

Los equipos de sostenibilidad y finanzas de Coca-Cola FEMSA supervisarán y aprobarán proyectos que cumplan con los criterios de elegibilidad definidos en este marco y realizarán un seguimiento de los ingresos asignados a nuestros bonos verdes, sociales y/o sostenibles. **Divulgaremos y reportaremos anualmente la asignación de los ingresos netos y el progreso de los compromisos ambientales y sociales en un informe de fi-**

nanciamiento sostenible, que formará parte de nuestro Informe Anual Integrado y cumplirá con la validación oficial de un auditor tercero independiente que certifique el uso de los recursos destinados a los proyectos verdes, sociales o sostenibles elegibles conforme a las descripciones en este Marco.

Adicionalmente contamos con sistemas de planificación de recursos empresariales y sistemas de administración de flujos de trabajo digitales que nos permiten tener trazabilidad de los recursos de capital invertidos.

Los recursos netos serán asignados a uno o más proyectos verdes, sociales y/o sostenibles elegibles, a medida que estos se vayan ejecutando y surgiendo a lo largo de la vida de los bonos.

En el caso de que un proyecto verde, social o sostenible elegible se cancele, deje de cumplir los criterios de elegibilidad, los recursos se reasignarán a otros proyectos verdes, sociales o sostenibles elegibles.



4. INFORMES

Anualmente, hasta que todos los recursos hayan sido asignados a los proyectos en su totalidad y de forma oportuna en caso de que se produzcan acontecimientos importantes, **publicaremos un informe de financiamiento sostenible dentro de nuestro Informe Anual Integrado**, en nuestra página web.



(<https://coca-colafemsa.com/en/investor-relations/reports-and-results/>),

que incluirá:

1. el importe de los recursos netos asignados a cada proyecto verde, sostenible y/o social elegible;
2. los parámetros de impacto previstos y logrados, cuando sea posible;
3. una selección de breves descripciones de los proyectos,
4. el importe pendiente de los recursos netos que se asignarán a los proyectos verdes, sociales o sostenibles elegibles al final del período de información y
5. la proporción de montos utilizados para refinanciamiento y financiamiento de cada bono.

Algunos ejemplos de métricas de impacto previstas pueden ser:

PROYECTOS VERDES	
Categoría de Proyecto Elegible - GBP	Ejemplo de métricas de impacto esperadas
Transporte limpio y masivo	<ul style="list-style-type: none"> • % de reducción de emisiones de GEI
Eficiencia energética	<ul style="list-style-type: none"> • % de reducción de emisiones de GEI • % de reducción en el uso de electricidad en nuestras operaciones (MWh ahorrados)
Energía Renovable	<ul style="list-style-type: none"> • % de reducción de emisiones de GEI • Uso de energías renovables
Gestión sostenible del agua y las aguas residuales	<ul style="list-style-type: none"> • % de mejora en la eficiencia del uso del agua en nuestras operaciones de fabricación • % de agua repuesta (% de replenish)
Prevención y control de la contaminación	<ul style="list-style-type: none"> • Toneladas de residuos reciclados/dispuestos adecuadamente a través de nuestras operaciones • % de envases primarios post-consumo recogidos como resultado de iniciativas de gestión de residuos
Productos, tecnologías y procesos de producción ecoeficientes o adaptados a la economía circular	<ul style="list-style-type: none"> • % de rPET incluido en nuestras botellas de PET • Toneladas de rPET compradas



Metodología de cuantificación de las métricas de impacto esperadas:



% DE REDUCCIÓN DE EMISIONES DE GEI

Factor intensivo de emisiones generadas por las actividades de Coca-Cola FEMSA en las áreas de manufactura, distribución y comercial, incluyendo todas las fuentes de emisión de alcance 1, 2 y 3, comprometidas en nuestras metas SBTi que consisten en: i) reducir 50% las emisiones GEI absolutas de nuestras operaciones (alcances 1 y 2) en comparación con el año base 2015 y ii) Reducir nuestras emisiones GEI en 20% en la cadena de valor para 2030 en comparación con el año base 2015.



USO DE ENERGÍAS RENOVABLES

La medición de la razón de energía renovable usada en las plantas se obtiene sumando el consumo de energías renovables (de las siguientes fuentes: eólica, solar, biomasa: ingenios de azúcar, pequeñas centrales hidroeléctricas de máximo 15 MW de capacidad, etc.), dividido entre el total de energía utilizada.



% DE REDUCCIÓN EN EL USO DE ELECTRICIDAD EN NUESTRAS OPERACIONES (MWH AHORRADOS)

La medición de la reducción de energía usada en las plantas se obtiene sumando el total de la energía utilizada en comparación con la utilizada durante el año anterior.



% DE MEJORA EN LA EFICIENCIA DEL USO DEL AGUA EN NUESTRAS OPERACIONES DE FABRICACIÓN

La medición de la razón de mejora en la eficiencia del uso de agua se obtiene calculando el total de agua consumida en las plantas de todas las fuentes de agua, sea municipal, pozo, agua superficial o tanques, dividida entre el volumen de bebida producida.



% DE REPLENISH

El porcentaje de agua regresada a la naturaleza se obtiene dividiendo la cantidad de agua devuelta a los ecosistemas y comunidades por los proyectos entre el total de agua utilizada, menos el agua tratada (ya que 100% del agua de nuestras operaciones de manufactura se procesa en plantas de tratamiento, garantizando la calidad suficiente para permitir la vida acuática).



TONELADAS DE RESIDUOS RECICLADOS/ DISPUESTOS ADECUADAMENTE A TRAVÉS DE NUESTRAS OPERACIONES

El total de residuos reciclados (medido en toneladas) es la suma de la cantidad total de residuos sólidos reciclados de todo tipo, tanto peligrosos como no peligrosos por planta, en comparación con los residuos generados.



% DE ENVASES PRIMARIOS POST-CONSUMO RECOGIDOS COMO RESULTADO DE INICIATIVAS DE GESTIÓN DE RESIDUOS

La razón de acopio se calcula sumando el total de toneladas de PET post-consumo acopiado a partir de diferentes iniciativas, dividido entre el total de PET utilizado.



% DE RPET INCLUIDO EN NUESTRAS BOTELLAS DE PET

La razón de resina reciclada incluida en las botellas de plástico se calcula sumando las toneladas de resina reciclada obtenida, dividido entre el consumo total de resina (en toneladas).



TONELADAS DE RPET COMPRADAS

Total de resina de PET utilizada.

PROYECTOS SOCIALES

Categorías Sociales elegibles (ICMA)	Indicadores	Nombre del proyecto
<p>Acceso a servicios esenciales (por ejemplo, salud, educación y formación profesional, atención médica, financiación y servicios financieros).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Número de personas capacitadas • Número de cursos realizados • Número de mujeres capacitadas • Número de personas capacitadas en zonas rurales • Monto de inversión a programas de capacitación 	<p>Educación / Capacitación (habilidades digitales, financieras, empresariales y laborales)</p>
<p>Avances socioeconómicos y empoderamiento (por ejemplo, acceso equitativo y control sobre activos, servicios, recursos y oportunidades; participación e integración equitativas en el mercado y la sociedad, incluida la reducción de la desigualdad de ingresos).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Número de personas con acceso a herramientas digitales • Número de personas con nuevos dispositivos entregados • Número de nuevos dispositivos entregados 	<p>Innovación y acceso a habilidades digitales</p>
<p>Generación de empleo, y programas diseñados para prevenir y/o aliviar el desempleo derivado de las crisis socioeconómicas, incluso a través del efecto potencial de la financiación de las PYMEs y las microfinanzas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Número de personas beneficiadas • Número de préstamos realizados • Número de primeros créditos • Retención de los beneficiados • Número de mujeres beneficiadas • Número de beneficiados en zonas rurales 	<p>Soluciones de Financiación (incluye extensión de plazos de pago y microcréditos)</p>

En caso de que, por temas de confidencialidad o un gran número de proyectos subyacentes limiten la cantidad de detalles que pueden ponerse a disposición, Coca-Cola FEMSA presentará la información en términos genéricos o sobre la base de una cartera agregada (por ejemplo, el porcentaje asignado a determinadas categorías de proyectos).

5. REVISIONES EXTERNAS

A partir de 2023, el informe de financiamiento sostenible formará parte de nuestro Informe Anual Integrado y también incluirá

- (i) **afirmaciones de la dirección sobre el importe de los recursos netos** de la colocación de nuestros bonos verdes, sociales y/o sostenibles que hayan sido asignados a uno o más proyectos verdes, sociales o sostenibles elegibles, y
- (ii) **un informe de un tercero independiente** que examinará y verifique nuestra gestión de los recursos netos de la colocación de nuestros bonos verdes, sociales y/o sostenibles.



6. DISCLAIMER

La información y las opiniones contenidas en este Marco de Bonos Sostenibles de Coca-Cola FEMSA (el "Marco") se proporcionan a la fecha de este Marco y están sujetas a cambios sin previo aviso. Ni Coca-Cola FEMSA ni ninguna de sus filiales asumen responsabilidad u obligación alguna de actualizar o revisar dichas declaraciones, independientemente de que éstas se vean afectadas por los resultados de nueva información, acontecimientos futuros o de otro tipo. Este Marco representa la política e intención actual de Coca-Cola FEMSA, está sujeto a cambios y no pretende, ni puede ser invocado, para crear relaciones legales, derechos u obligaciones. Este Marco pretende proporcionar información general y no exhaustiva. Este Marco puede contener o incorporar por referencia información pública que no ha sido revisada, aprobada o respaldada por Coca-Cola FEMSA por separado y, en consecuencia, no se ofrece declaración, garantía o compromiso alguno, expreso o implícito, y Coca-Cola FEMSA no acepta responsabilidad alguna en cuanto a la imparcialidad, exactitud, razonabilidad o integridad de dicha información. Este Marco puede contener declaraciones sobre acontecimientos y expectativas futuras que son "declaraciones prospectivas". Las declaraciones prospectivas se identifican generalmente mediante la inclusión de palabras como "objetivo", "anticipar", "creer", "impulsar", "estimar", "esperar", "meta", "pretender", "puede", "planear", "proyectar", "estrategia" y "hará" o declaraciones similares o variaciones de dichos términos y otras expresiones similares. Las declaraciones prospectivas implican intrínsecamente riesgos e incertidumbres que podrían hacer que los resultados reales difieran materialmente de los previstos en dichas declaraciones. Ninguna de las proyecciones, expectativas, estimaciones o perspectivas de futuro contenidas en este documento deben considerarse como previsiones o promesas, ni deben considerarse como una indicación, seguridad o garantía de que las hipótesis sobre las que se han elaborado dichas proyecciones, expectativas, estimaciones o perspectivas de futuro sean correctas o exhaustivas o, en el caso de las hipótesis, estén plenamente previstas en este Marco. No se hace declaración alguna sobre la idoneidad de los bonos para cumplir los criterios ambientales y de sostenibilidad exigidos por los posibles inversionistas. Cada inversionista potencial de bonos debe determinar por sí mismo la relevancia de la información contenida o referida en este Marco o en la documentación pertinente de los bonos en relación con el destino de los recursos y la compra de bonos por dicho inversionista debe basarse en la investigación que éste considere necesaria. Coca-Cola FEMSA ha establecido su política y acciones previstas en este Marco con respecto al uso de los recursos, la evaluación y selección de proyectos, la gestión de los recursos y la presentación de informes, en relación con los bonos verdes, sociales y sostenibles de Coca-Cola FEMSA. Sin embargo, nada de lo contenido en este Marco pretende modificar o añadir a cualquier acuerdo u otra obligación contractual asumida por Coca-Cola FEMSA en cualquier bono verde, social o sostenible

que pueda ser emitido de acuerdo con este Marco. Este Marco no crea obligación alguna legalmente exigible contra Coca-Cola FEMSA; cualquier obligación legalmente exigible relacionada con cualquier bono verde, social o sostenible se limita a las establecidas expresamente en la documentación que rige dichos bonos verdes, sociales y sostenibles. Por lo tanto, a menos que se establezca expresamente en la documentación que rige dichos bonos verdes, sociales y sostenibles, no será un evento de incumplimiento o violación de las obligaciones contractuales bajo los términos y condiciones de cualquiera de dichos bonos el que Coca-Cola FEMSA no se adhiera a este Marco, ya sea por no financiar o completar los proyectos elegibles o por destinar directa o indirectamente los recursos al financiamiento de las actividades no especificadas en este Marco, o por no proporcionar (debido a la falta de información y/o datos confiables, entre otros) a los inversionistas informes sobre el destino de los recursos y los impactos ambientales según lo previsto por este Marco, o cualquier otra causa. Por otra parte, es posible que no se consigan todos los beneficios esperados de los proyectos elegibles descritos en este Marco. Factores que incluyen (pero no se limitan a) las condiciones económicas, políticas y de mercado, cambios en la política gubernamental, cambios en las leyes, normas o reglamentos, la falta de proyectos elegibles disponibles, el fracaso para completar o implementar proyectos y otros desafíos, podrían limitar la obtención de algunos o todos los beneficios esperados de estas iniciativas, incluyendo el financiamiento y la finalización de los proyectos elegibles. Cada inversionista potencial centrado en el medio ambiente debe ser consciente de que los proyectos elegibles pueden no aportar los beneficios ambientales o de sostenibilidad previstos, y pueden tener impactos adversos. Este Marco no constituye una recomendación sobre valor alguno de Coca-Cola FEMSA ni de miembro alguno de Coca-Cola FEMSA. Este Marco no es, no contiene y no deberá ser considerado como una oferta de venta o una solicitud de cualquier oferta de compra de valores emitidos por Coca-Cola FEMSA o cualquier miembro de Coca-Cola FEMSA. En particular, ni este documento ni ningún otro material relacionado puede ser distribuido o publicado en cualquier jurisdicción en la que sea ilegal hacerlo, excepto en circunstancias que resulten en el cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables. Las personas que puedan estar en posesión de estos documentos deben informarse y respetar las restricciones de distribución aplicables. Cualquier decisión de compra de bonos debe tomarse únicamente sobre la base de la información que se incluya en cualquier documento de oferta proporcionado en relación con la oferta de dichos bonos. Los posibles inversionistas deben tomar sus propias decisiones de inversión independientes.