

COCA-COLA FEMSA

INFORME INTEGRADO 2023



FUTURE-READY

IMPULSANDO EL CRECIMIENTO

En Coca-Cola FEMSA estamos construyendo una **organización preparada para el futuro**, enfocada en implementar un modelo de crecimiento sostenible de largo plazo, con una visión refrescada de convertirnos en la plataforma comercial preferida de nuestros clientes y socios así como un aliado de su crecimiento, promoviendo un futuro sostenible.

Nuestra estrategia se basa en seis prioridades estratégicas que destacan nuestras metas de crecimiento, las ventajas que tenemos en el espacio B2B, capacidades digitales, cultura centrada en el cliente y prácticas empresariales sostenibles líderes en la industria.

Impulsados por el progreso que hemos alcanzado en estas prioridades, estamos acelerando nuestra transformación con tecnología, una mayor capacidad y habilidades digitales en nuestra cadena de valor mientras **fomentamos el crecimiento**.

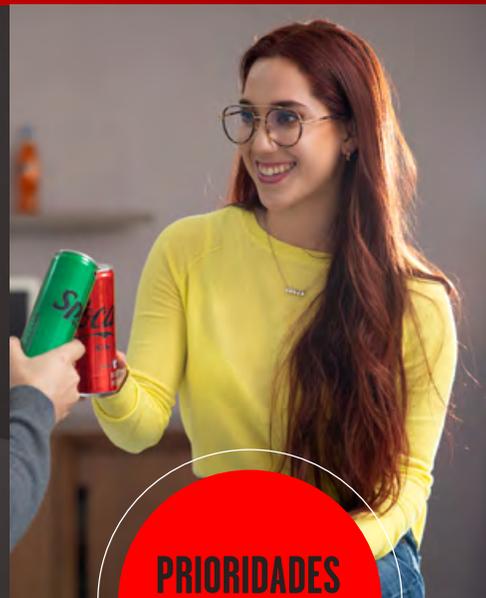


CONTENIDO



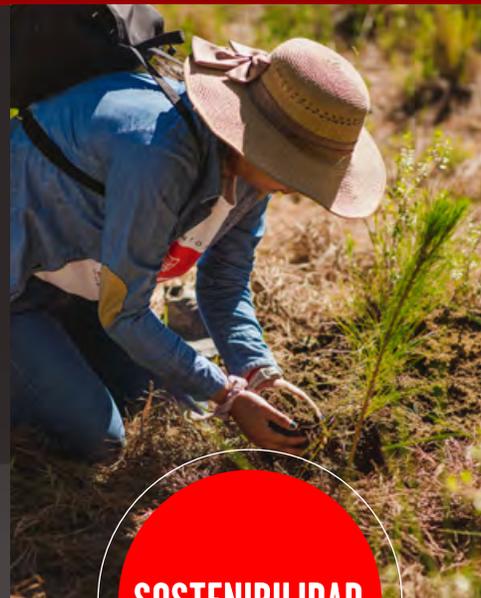
RESUMEN

Acerca de Coca-Cola FEMSA	4
Mensaje a nuestros grupos de interés	5
Datos financieros relevantes	11
Nuestra estrategia Future-Ready	13
Nuestras prioridades estratégicas	14
Logros en nuestras prioridades estratégicas	15
Metas de sostenibilidad	16
Entrevista con nuestro CFO	18



PRIORIDADES ESTRATÉGICAS

Crecer nuestro negocio <i>core</i>	22
Ser la plataforma comercial preferida	31
Eliminar cuellos de botella en nuestra infraestructura	37
Fomentar nuestra cultura centrada en el cliente	42
Propósito, Visión y Principios Coca-Cola FEMSA	43



SOSTENIBILIDAD

Promover un futuro sostenible	48
Entrevista con nuestra Directora de Asuntos Corporativos y nuestro Director de Cadena de Suministro e Ingeniería	49
Agua	62
Un mundo sin residuos	66
Acción por el clima	71
Bienestar integral de los empleados	75
Desarrollo comunitario	89



ÉTICA Y GOBERNANZA

Gobierno corporativo	94
Sistema integral ético	101
Derechos Humanos	104
Ciberseguridad	105
Cadena de Suministro	107
Gestión de riesgos	109



APÉNDICES

Resumen financiero	114
Análisis y discusión de resultados	116
Capitales y relacionamiento	120
Reporte TCFD	121
Desempeño al detalle	125
Índice de contenido SASB	133
Índice de contenido GRI	135
Informe de Aseguramiento Independiente	144

ACERCA DE

COCA-COLA

FEMSA





MENSAJE DEL PRESIDENTE DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN Y DEL DIRECTOR GENERAL

A NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

En Coca-Cola FEMSA, hemos comenzado una transformación enfocada en implementar un modelo de crecimiento sostenible de largo plazo. Durante 2023 sentamos las bases de este modelo con la definición e implementación de seis prioridades estratégicas: i) Crecer el negocio *core*, ii) Ser la plataforma comercial preferida de nuestros clientes, iii) Fusiones y adquisiciones estratégicas, iv) Eliminar los cuellos de botella en nuestra infraestructura y digitalizar a la empresa, v) Fortalecer nuestra cultura centrada en el cliente y vi) Promover un futuro sostenible.

Además, como reflejo del sólido talento con el que cuenta Coca-Cola FEMSA, ejecutamos exitosamente el plan de transición hacia un equipo directivo renovado, para lo cual colocamos al talento adecuado en roles clave. Cabe resaltar que cubrimos estas posiciones con talento interno que se ha desarrollado a lo largo de exitosas carreras dentro de nuestra compañía.

Adicionalmente, durante el año trabajamos en definir una Visión renovada y en establecer los Principios de Coca-Cola FEMSA, los cuales guiarán nuestra cultura organizacional y forma de trabajar, mientras que los desplegamos a toda la compañía durante 2024.

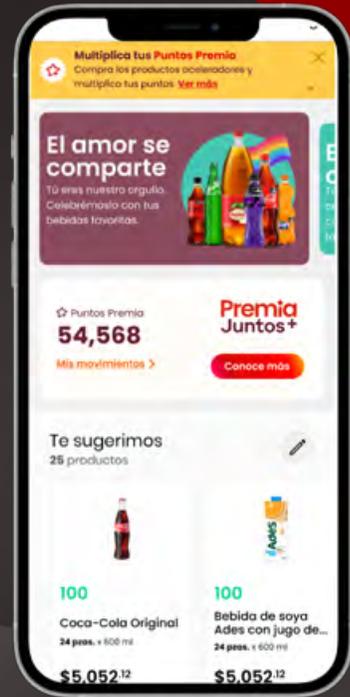
Confiamos en que los resultados de 2023 son prueba de que vamos por el camino correcto. Con ello en mente, queremos compartir con ustedes los siguientes avances con relación a nuestras prioridades clave:

CONFIAMOS EN QUE LOS RESULTADOS DE 2023 SON PRUEBA DE QUE VAMOS POR EL CAMINO CORRECTO.



JOSÉ ANTONIO FERNÁNDEZ CARBAJAL
PRESIDENTE DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

IAN CRAIG
CEO



MÁS DE 1.1 MILLONES DE USUARIOS ACTIVOS EN JUNTOS+, UN AUMENTO DE 35% CON RESPECTO AL AÑO ANTERIOR.

Crece el negocio core

Priorizamos el crecimiento de nuestro negocio core haciendo los ajustes necesarios para contar con un modelo de crecimiento sostenible de largo plazo. Este modelo está enfocado en responder de forma efectiva a la demanda de los consumidores por nuestros productos y, al mismo tiempo, impulsarla. Logramos esto, enfocándonos en ganar participación para el portafolio de The Coca-Cola Company en todos nuestros mercados y canales, desarrollando oportunidades de crecimiento en mercados de menor consumo per cápita y buscando alcanzar el pleno potencial de las categorías de bebidas no carbonatadas más rentables.

Nuestros resultados en 2023 nos permitieron ganar participación en la mayoría de nuestras operaciones y lograr dar vuelta a la situación en México, en donde revertimos una larga tendencia de disminución en la participación de mercado. Este logro demuestra el compromiso con fortalecer nuestra presencia y seguir creciendo la participación en uno de nuestros mercados clave. Adicionalmente, nuestra operación en Argentina recibió la Copa Candler por parte de The Coca-Cola Company. Esta distinción, nombrada en honor a Asa Candler, fundador de The Coca-Cola Company y quien concedió la primera franquicia de Coca-Cola, es un importante premio que se otorga a un embotellador en reconocimiento por su excelencia en ejecución y por las inversiones realizadas en el desarrollo de su gente, capacitación y cultura.

Estos logros también hacen evidente nuestra relevancia dentro del Sistema Coca-Cola. Además, en 2023 Coca-Cola FEMSA representó 44% del crecimiento total en volumen del Sistema Coca-Cola. El marco de cooperación ampliado que tenemos con The Coca-Cola Company fue decisivo para impulsar el crecimiento de nuestro portafolio core. Nuestros esfuerzos de colaboración constituyen más que sólo una alineación estratégica; representan un enfoque conjunto para perseguir un crecimiento sostenible y rentable.

Si bien estos logros nos alientan, también nos entusiasma el potencial que vemos de alcanzar mayor crecimiento. Al mismo tiempo que seguimos priorizando el enfoque al cliente, confiamos en que tenemos la capacidad de desarrollar más oportunidades de crecimiento en nuestros mercados.

Ser la plataforma comercial preferida

Sentamos bases sólidas para convertirnos en la plataforma comercial preferida de nuestros clientes y nuestros socios al cambiar profundamente la arquitectura de TI para Juntos+, nuestra plataforma omnicanal B2B (o negocio a negocio). La creciente adopción de Juntos+ se hace evidente en el número de compradores mensuales activos: más de 1.1 millones, un aumento de 35% con respecto al año anterior.

Adicionalmente, durante el año lanzamos con éxito la versión 4.0 de Juntos+ en Brasil. Esta nueva versión de la aplicación es completamente nativa en web y mejora la experiencia del cliente, la accesibilidad y conveniencia.

También reforzamos nuestra oferta multicategoría a lo largo del año, enfocándonos en un portafolio cuidadosamente seleccionado, que nos permite atender mejor a nuestros clientes y, al mismo tiempo, aumentar nuestro retorno en el capital invertido (ROIC). En el año sobrepasamos los US\$150 millones de dólares en ventas multicategoría, excluyendo cerveza, lo que significa más de 1% de las ventas totales—un hito en el camino hacia alcanzar nuestra meta de largo plazo de 5% de las ventas totales.

La sinergia entre Juntos+ y nuestro portafolio multicategoría no sólo optimiza nuestras operaciones, sino que también mejora nuestra propuesta de valor al cliente, con lo que aceleramos aún más nuestro crecimiento como la plataforma comercial omnicanal preferida de nuestros clientes y socios.

Fortalecer nuestra cultura centrada en el cliente

Nuestra Visión ha evolucionado para enfatizar nuestro compromiso con ser no sólo la plataforma comercial preferida sino también un aliado en el que nuestros clientes y socios confían para impulsar su crecimiento. Esta evolución subraya nuestro compromiso con construir relaciones duraderas e impulsar el éxito mutuo. Además, nuestros Principios servirán como guía para nuestra cultura organizacional y forma de trabajar, promoviendo los comportamientos que debemos adoptar y que son esenciales para alcanzar nuestros objetivos de largo plazo y tener éxito en nuestra transformación.



Nuestro propósito sigue siendo
REFRESCAR AL MUNDO EN
CUALQUIER MOMENTO,
EN CUALQUIER LUGAR.

Visión refrescada
SER LA PLATAFORMA COMERCIAL PREFERIDA DE
NUESTROS CLIENTES Y SOCIOS Y UN ALIADO
DE SU CRECIMIENTO, PROMOViendo UN
FUTURO SOSTENIBLE.



→ Para mayores detalles sobre los Principios Coca-Cola FEMSA ver página 43

Desde nuestro personal operativo hasta el equipo directivo, todos estamos promoviendo una mentalidad de crecimiento en nuestras operaciones. Fomentar un lugar de trabajo que provea seguridad psicológica nos ayuda a asegurar que todos los colaboradores se sientan valorados, respetados y motivados a asumir un rol activo en nuestro crecimiento. También nos hemos comprometido con cultivar un estilo de liderazgo multiplicador, mediante el cual guiamos a nuestros líderes no sólo para que sean efectivos en su liderazgo sino para que empoderen a otros.

Promover un futuro sostenible

Como parte de nuestro compromiso con promover un futuro sostenible, seguimos mejorando nuestra razón de uso de agua a 1.42 litros de agua por cada litro de bebida producida—cifra que es referente en la industria—y progresamos en nuestra estrategia

hídrica integral con acciones para reponer el agua y para mejorar el acceso al agua de nuestras comunidades. Adicionalmente, seguimos fomentando el uso de PET reciclado en nuestros empaques. En el año, incrementamos a 33% la mezcla de resina reciclada que empleamos en nuestras botellas. Además, seguimos avanzando en la construcción de PLANETA, nuestra nueva planta de reciclaje de PET grado alimenticio en Tabasco, México, que se inaugurará en 2024. Con capacidad para procesar aproximadamente 50,000 toneladas de botellas de PET postconsumo anualmente, la planta contribuirá de manera considerable a fortalecer nuestra capacidad de recolección en México en el camino hacia alcanzar nuestros objetivos de recolección y contenido reciclado.

Mientras que nuestra compañía crece, queremos ser la opción preferida para el talento diverso. En 2023, tuvimos logros importantes en nuestro esfuerzo por aumentar la representación de mujeres a todos los niveles, alcanzando un nivel de 29% de talento femenino en roles de liderazgo. Vale la pena señalar que éste es el sexto año consecutivo en el que nuestra compañía fue incluida en el Índice de Igualdad de Género de Bloomberg. Hacia delante, nuestra meta para 2030 es que las mujeres constituyan el 40% de los puestos de liderazgo y dirección.

Información financiera y operativa

Nuestro enfoque en el crecimiento sostenible de largo plazo nos permitió alcanzar un crecimiento en volumen de 7.8% en comparación con el año anterior, para llegar a 4,047.8 millones de cajas unidad—con lo que superamos los cuatro mil millones de cajas unidad por primera vez en la historia de nuestra compañía. Nuestro crecimiento consolidado se debe a los resultados positivos alcanzados en todos los territorios, principalmente el sólido desempeño en México, Brasil, Colombia y Guatemala. Gracias a nuestras iniciativas comerciales y ejecución en el punto de venta, seguimos ganando participación en mercados y categorías clave.

El sólido volumen y nuestra gestión de ingresos impulsaron un crecimiento de 8.1% en las ventas, alcanzando Ps. 245.1 mil millones. La utilidad de operación creció 10.8% a Ps. 34.2 mil millones. El flujo de operación ajustado aumentó 7.9% para llegar a Ps. 46.4 mil millones.

COMO PARTE DE NUESTRO COMPROMISO
CON PROMOVER UN FUTURO SOSTENIBLE,
SEGUIMOS MEJORANDO NUESTRA RAZÓN
DE USO DE AGUA A 1.42 LITROS DE AGUA
POR CADA LITRO DE BEBIDA PRODUCIDA.





La utilidad neta de la participación controladora se incrementó 2.6%, a Ps. 19.5 mil millones, para alcanzar una utilidad por acción de Ps. 1.16 y utilidad por unidad de Ps. 9.30 (lo que es equivalente a Ps. 92.99 por ADS).

Es importante subrayar que nuestro rendimiento sobre capital invertido aumentó por sexto año consecutivo. Adicionalmente, cerramos el año con una razón de deuda neta/ EBITDA de 0.8 veces, mientras que nuestra posición en caja fue de Ps. 31 mil millones. Estos logros reflejan nuestra sólida situación financiera y muestran que estamos bien preparados para seguir creciendo.

Para apoyar estos resultados, realizamos una histórica inversión en activo fijo de Ps. 21.4 mil millones, lo que equivale a 8.7% de nuestros ingresos. Estas inversiones nos permiten seguir aumentando capacidad para alcanzar nuestras metas de crecimiento.

Cabe destacar que en este año también se pusieron a prueba nuestra resiliencia y nuestros protocolos de gestión de riesgos, dado que la compañía enfrentó un incidente de ciberseguridad que fue atendido inmediatamente con base en nuestros protocolos. Las medidas que tomamos fueron preventivas, y no sufrimos ningún impacto material. A lo largo del año, nuestro equipo de TI trabajó para mejorar nuestro programa de ciberseguridad con base en las lecciones aprendidas, resaltando nuestro compromiso con adherirnos a los más rigurosos estándares.

Dada la importancia que el apoyo comunitario tiene para nuestra compañía, tras el paso del huracán Otis movilizamos ayuda para la recuperación de Acapulco, colaborando con las autoridades locales para proveer acceso inmediato a agua potable e insumos esenciales. Nuestros sólidos planes de gestión de riesgos, así como la inversión de Ps. 575 millones para la reconstrucción de instalaciones y apoyo comunitario, nos permitieron reiniciar producción local y resaltan nuestro compromiso con la recuperación económica de largo plazo en la región así como en proveer seguridad laboral para nuestros colaboradores.

¿Qué sigue?

Mientras entramos al segundo capítulo de nuestra transformación en 2024, planeamos enfocarnos en cuatro prioridades clave: i) continuar construyendo sobre la inercia de crecimiento de nuestro negocio core, ii) llevar a Juntos+ al siguiente nivel, con el despliegue de avanzadas capacidades de Inteligencia Artificial, iii) seguir desarrollando una cultura que transmita nuestro Propósito, Visión y Principios a todas nuestras operaciones y iv) promover un futuro sostenible.

A nombre de nuestros colaboradores, agradecemos la continua confianza que han mostrado en nuestra capacidad de entregar valor económico y de generar bienestar social y ambiental para todos nuestros grupos de interés.

JOSÉ ANTONIO FERNÁNDEZ CARBAJAL
PRESIDENTE DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

IAN CRAIG
CEO

In memoriam

Los miembros del Consejo de Administración, ejecutivos y colaboradores de Coca-Cola FEMSA lamentamos profundamente la pérdida durante 2023 de dos líderes extraordinarios de FEMSA que contribuyeron a formar la historia de Coca-Cola FEMSA: Daniel Alberto Rodríguez Cofré y Don Othón Ruiz Montemayor.

Daniel Rodríguez Cofré (1965-2023) fungió como Director General de FEMSA desde el primero de enero de 2022 hasta justo antes de su muerte en agosto de 2023. La claridad de Daniel en cuanto a su propósito, previsión estratégica y profesionalismo consistente contribuyeron a la trayectoria de FEMSA de sólido crecimiento y a la estrategia FEMSA Forward, de la que Coca-Cola FEMSA forma parte importante. Hacemos llegar nuestro sentido pésame y oraciones a las familias Rodríguez Cofré y Rodríguez Scheel.

Don Othón Ruiz Montemayor (1943-2023) fue nombrado Director General de FEMSA en 1985. Durante su gestión de diez años de duración, estuvo al frente de abundantes decisiones complejas y, entre sus muchos otros logros, inició la alianza de FEMSA con The Coca-Cola Company en 1993, acelerando el crecimiento y globalización de Coca-Cola FEMSA. Don Othón fue un líder generoso y visionario quien compartió su talento, experiencia, creatividad y pasión con su comunidad y país durante más de cinco décadas. Hacemos llegar nuestro más sentido pésame y oraciones a la familia Ruiz Nájera.



NUESTRA PRESENCIA

Tenemos el privilegio de atender a **272 millones de personas** a través de **2.1 millones de puntos de venta** en **9 mercados de Latinoamérica** con un amplio portafolio de marcas líderes



272

millones población atendida



2.1

millones de puntos de venta



252

centros de distribución²



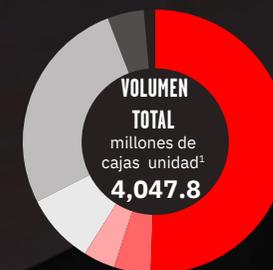
56

plantas

1. A partir de diciembre de 2017, Venezuela se reporta como inversión en acciones, es decir, como una operación no consolidada.
2. Centros de distribución propios y de terceros administrados por nosotros.



● México	9,729.0
● Guatemala	1,328.5
● Centroamérica sur	1,287.4
● Colombia	2,656.5
● Brasil	7,523.9
○ Argentina	974.4
○ Uruguay	243.6



● México	2,052.9
● Guatemala	174.2
● Centroamérica sur	167.7
● Colombia	347.6
● Brasil	1,075.1
○ Argentina	178.7
○ Uruguay	51.7

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



NUESTRO NEGOCIO



BEBIDAS CARBONATADAS
3,045 millones
de cajas unidad¹
18,723 Transacciones

1. Volumen expresado en millones de cajas unidad.



AGUA Y GARRAFÓN
689 millones
de cajas unidad¹
2,212 Transacciones



BEBIDAS NO CARBONATADAS
314 millones
de cajas unidad¹
2,809 Transacciones

MEZCLA DE PRODUCTO POR CATEGORÍA



MEZCLA DE PRODUCTO POR TAMAÑO



MEZCLA DE PRODUCTO POR EMPAQUE



2. Excluye agua embotellada en presentaciones iguales o mayores a 5.0 litros. Incluye agua saborizada.
3. Garrafón – agua embotellada en presentaciones iguales o mayores a 5.0 litros. Incluye agua saborizada.



JUNTOS+: NUESTRA PLATAFORMA COMERCIAL B2B

Construyendo sobre la extraordinaria experiencia que disfrutaban nuestros clientes, Juntos+, nuestra plataforma comercial B2B, provee una experiencia omnicanal a 1.1 millones de nuestros clientes en el canal tradicional que buscan interactuar con nosotros y hacer sus pedidos en cualquier momento y en cualquier lugar.



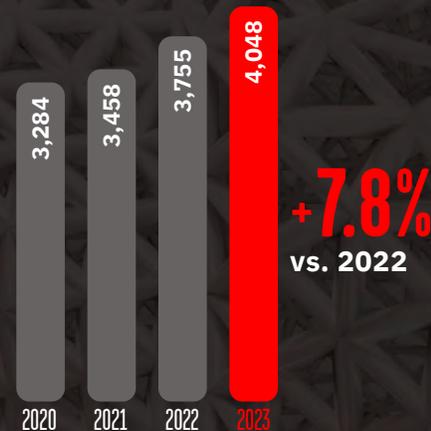
DATOS FINANCIEROS RELEVANTES

	2023 USD ¹	2023 MXN	2022 MXN	% CAMBIO
Volumen de Ventas (millones de cajas unidad)	4,047.8	4,047.8	3,755.2	7.8%
Ingresos Totales	14,502	245,088	226,740	8.1%
Utilidad de Operación	2,023	34,180	30,838	10.8%
Utilidad Neta de la Participación Controladora	1,156	19,536	19,034	2.6%
Activos Totales	16,185	273,520	277,995	-1.6%
Deuda a Largo Plazo y Documentos por Pagar	3,851	65,074	70,146	-7.2%
Participación Controladora	7,516	127,025	125,384	1.3%
Inversión en Activo Fijo	1,266	21,396	19,665	8.8%
Utilidad por Acción ²	0.07	1.16	1.13	2.6%

Millones de pesos mexicanos y U.S. dólares al 31 de diciembre de 2023 (excepto la información de volumen de ventas y por acción). Resultados bajo Normas Internacionales de Información Financiera.

1. Las cantidades en pesos mexicanos han sido convertidas a U.S. dólares utilizando el tipo de cambio publicado por el Consejo de la Reserva Federal de los Estados Unidos el 31 de diciembre de 2023, cuyo tipo de cambio fue de 16.8998 por U.S.\$1.00.

2. Con base en 16,806.7 millones de acciones ordinarias en circulación al 31 de diciembre de 2023 y 2022.

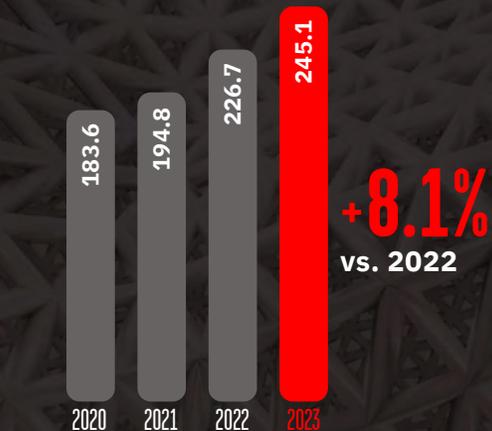


VOLUMEN DE VENTAS

millones de cajas unidad ¹

1. Caja Unidad es una unidad de medida que equivale a 24 porciones de 8 onzas de bebida terminada.

+7.8%
vs. 2022



INGRESOS TOTALES

miles de millones de pesos

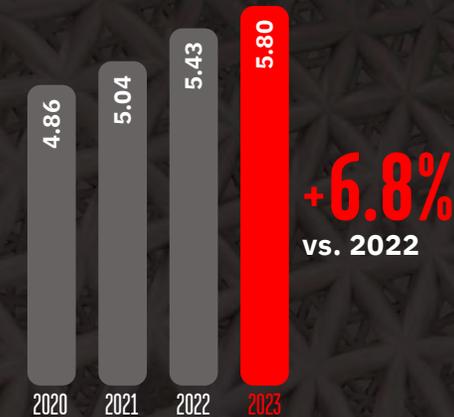
+8.1%
vs. 2022



UTILIDAD DE OPERACIÓN

miles de millones de pesos

+10.8%
vs. 2022



DIVIDENDOS POR ACCIÓN

pesos

+6.8%
vs. 2022



NUESTRA CADENA DE VALOR

Manufactura

Con el apoyo de nuestra Plataforma Digital de Manufactura 2.0 producimos bebidas de alta calidad en nuestras instalaciones, haciendo un uso eficiente del agua y la energía.

Centro de distribución

Como parte de nuestro proceso de digitalización de bodegas, integramos la preventa con procesos de distribución secundaria.

Distribución secundaria

Cuando recibimos una orden de preventa, utilizamos nuestra Plataforma Digital de Distribución para establecer la ruta óptima de entrega al mercado.

Consumo

Atendemos a más de 272 millones de personas, ofreciéndoles un portafolio con opciones para cada estilo de vida.

2

4

6

8



1

3

5

7

9

Ingredientes

Trabajamos con nuestros proveedores para obtener las mejores materias primas.

Distribución primaria

Desde nuestras plantas embotelladoras, enviamos nuestras bebidas a 252 centros de distribución.

Preventa

Empleando nuestras plataformas digitales, servimos a nuestros clientes en el canal tradicional y moderno, con un portafolio ganador de marcas líderes.

Puntos de venta

Llegamos a más de 2.1 millones de puntos de venta con iniciativas comerciales enfocadas y empleamos análisis de mercado para maximizar la propuesta de valor para cada cliente.

Reciclaje

Impulsamos y ayudamos a los consumidores a disponer y reciclar los empaques de nuestras bebidas de manera adecuada.



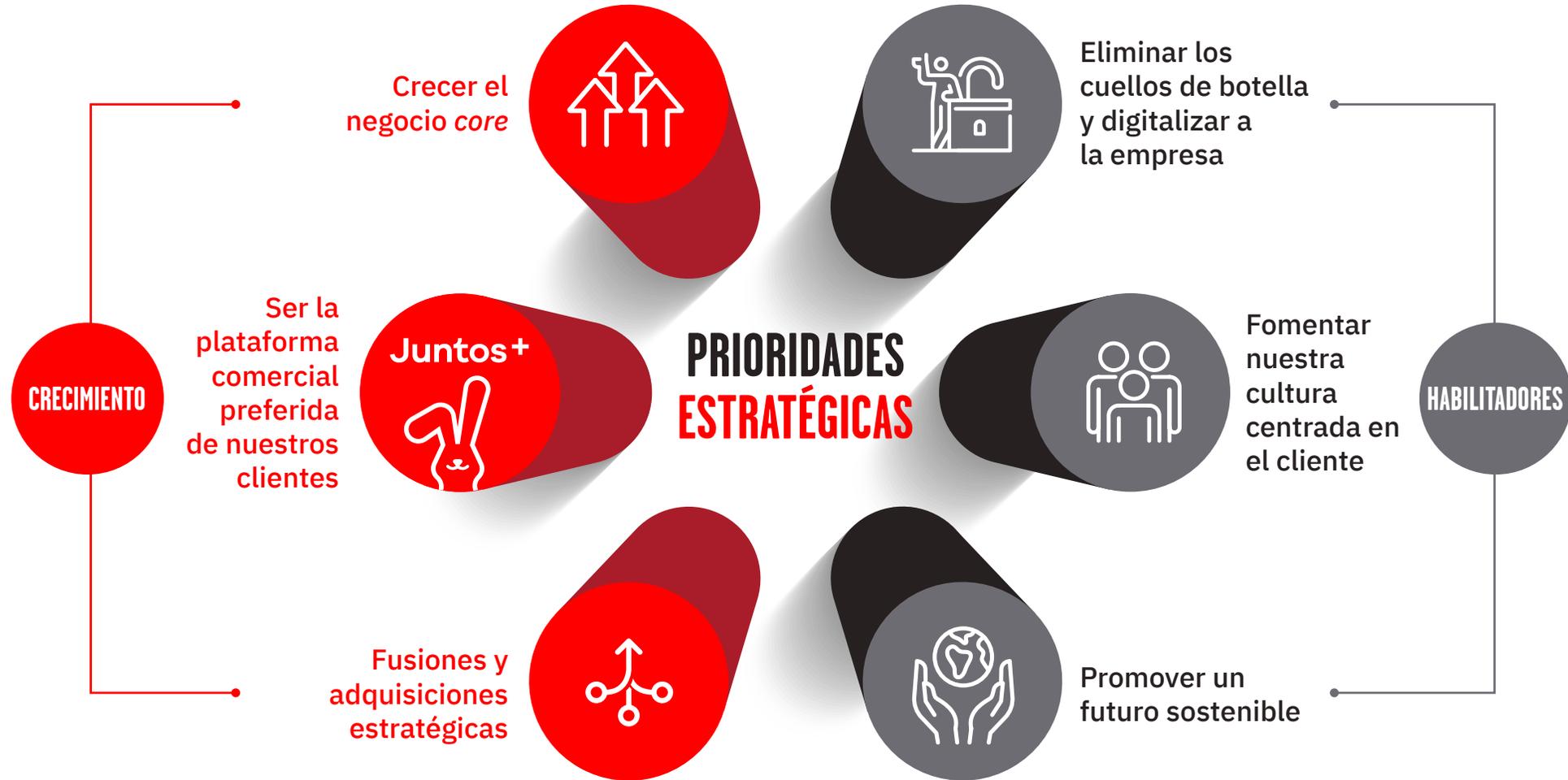
NUESTRA ESTRATEGIA FUTURE-READY





NUESTRA ESTRATEGIA **FUTURE-READY**

Hemos definido un conjunto de prioridades muy claras para trazar nuestro próximo capítulo de crecimiento, aprovechando nuestras ventajas y canalizando nuestro momentum positivo:





LOGROS EN NUESTRAS PRIORIDADES ESTRATÉGICAS EN 2023



Creer nuestro negocio core. Ganando participación para el portafolio de The Coca-Cola Company en todos los mercados y canales; acelerando el crecimiento de Coca-Cola Sin Azúcar; desarrollando oportunidades de crecimiento en mercados de menor consumo per cápita y alcanzando el pleno potencial de las rentables categorías de bebidas no carbonatadas.

- +4 mil millones de cajas unidad, cifra histórica para la compañía
- Ganamos participación en la mayoría de operaciones y revertimos la tendencia México
- 15% anual de incremento en el volumen de Coca-Cola Sin Azúcar
- Crecimiento de doble dígito en bebidas energéticas y deportivas



Convertirnos en la plataforma comercial omnicanal preferida de nuestros clientes. Con el aumento de nuestra base de clientes totales y digitales en todos nuestros mercados y al mejorar nuestra propuesta de valor resultado de aprovechar un portafolio específico de las marcas favoritas de nuestros clientes y consumidores en colaboración con The Coca-Cola Company y nuestros socios multicategoría.

- 1.1 millones de usuarios activos mensuales en Juntos+
- US\$2.4 mil millones de ventas digitales
- 32% del total de órdenes son digitales



Eliminar cuellos de botella en nuestra infraestructura y digitalizar a la empresa. Fomentar el crecimiento con un aumento en la capacidad de manufactura y distribución y al utilizar a los mejores promotores de logística y distribución. Seguiremos digitalizando a nuestra compañía, lo que incluye migrar de nuestro sistema de ERP anterior a una plataforma basada en la nube como servicio.

- US\$1.2 millones en gastos de capital, cifra histórica para la compañía
- 5 líneas nuevas y mejoras en 2023
- 99,100 posiciones de pallets adicionales
- +11% de capacidad de almacenamiento vs. 2022



Fortalecer nuestra cultura centrada en el cliente. Promover una mentalidad de crecimiento con la construcción de un estilo de liderazgo multiplicador y al darle a los líderes las facultades para desarrollar a nuestra gente.

- Definimos los principios de Coca-Cola FEMSA
- Refrescamos nuestra visión para aumentar el enfoque en nuestros consumidores, clientes y en el crecimiento



Fusiones y adquisiciones estratégicas. Aprovecharemos nuestro enfoque disciplinado para realizar prioritariamente adquisiciones que produzcan sinergias y generen valor y, al mismo tiempo, fortaleceremos las capacidades de nuestra plataforma comercial.

- Seguimos buscando activamente oportunidades inorgánicas que mejoren nuestra propuesta de valor



Promover un futuro sostenible. Con el fortalecimiento de nuestras iniciativas ambientales líderes en la industria y apuntalando nuestros programas sociales, incluido el desarrollo comunitario y la diversidad e inclusión, con una sólida estructura de gobierno corporativo.

- 1.42 litros de agua por litro de bebida producida
- 77% de electricidad de fuentes renovables
- 29% de mujeres en posiciones de liderazgo
- 33% resina reciclada en nuestros empaques
- 84% plantas embotelladoras certificadas como cero residuos



METAS DE SOSTENIBILIDAD

Eje estratégico	Indicador clave de desempeño	2023	Meta
Agua	Agua utilizada por litro de bebida producida ¹	1.42	1.36
	Reabastecer el agua que utilizamos, enfoque en los sitios de alto y mediano estrés hídrico	+100%	100%
Un mundo sin residuos	Recolectar el PET que ponemos en el mercado	31%	100%
	Resina reciclada en nuestros empaques	33%	50%
	Botellas retornables del volumen total	32%	25%
	Centros de distribución certificados como cero residuos	1%	100%
	Plantas embotelladoras certificadas como cero residuos ²	84%	100%
Acción climática	Reducción de emisiones absolutas de alcance 1 y 2	29%	50%
	Reducción de emisiones absolutas de alcance 3 ⁴	19%	20%
	Consumo de electricidad de fuentes renovables	77%	100%
Derechos humanos, DEI	Mujeres en posiciones de liderazgo	29%	40%
Bienestar integral de los empleados, Salud y seguridad	Fatalidades ³	8	0
	Tasa de incidentes con tiempo perdido – LTIR ³	0.88	0.4
	Tasa de incidentes totales – TIR ³	1.60	0.8
	Reducción de incidentes serios ^{3,5}	14%	75%
	Reducción de incidentes serios de alto potencial ^{3,5}	53%	40%
	Tasa de siniestros viales ³	7.25	6.5
	Tasa de siniestros viales mayores ³	0.45	0.5
Desarrollo comunitario	Plantas prioritarias que cuentan con un plan de relacionamiento comunitario con base en nuestra metodología MARRCO	4	19

Todas las metas son a 2030, con excepción de:

1. Meta intermedia 2024 / WUR 1.26 para 2026

2. Meta 2025

3. Meta 2027

4. Compra de bienes y servicios, y transporte y distribución upstream

5. Línea base 2022



litros de agua por litro de bebida producida, un referente en la industria



de nuestras plantas embotelladoras cuentan con certificado Cero Residuos



mil beneficiarios de actividades enfocadas en nuestros pilares ambiental y social



de mujeres en posiciones de liderazgo



de reducción de emisiones absolutas de GEI de alcance 3 a partir de la línea base de 2015



uso de electricidad de fuentes renovables



PIONEROS EN FINANCIAMIENTO SOSTENIBLE

Nuestro enfoque de financiamiento sostenible alinea nuestra estrategia financiera con las metas ambientales y sociales, lo que aumenta el impacto positivo y contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU. Si bien los proyectos elegibles bajo la estrategia de financiamiento sostenible se enfocan en una diversidad de soluciones, tienen el objetivo común de fomentar la misión de nuestra compañía de crear simultáneamente valor económico, ambiental y social y, al mismo tiempo, generar bienestar a todo lo largo de nuestra cadena de valor.

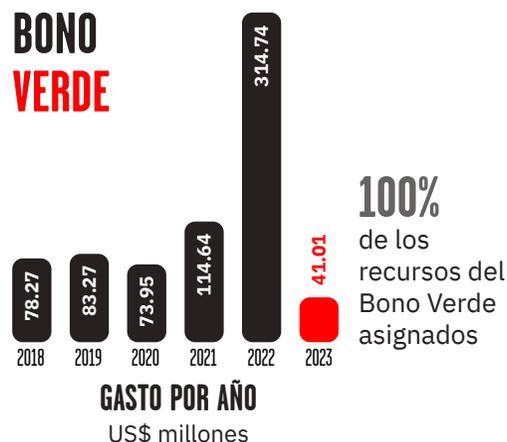
Bono Verde: Líderes en Latinoamérica

El año 2020 marcó un hito en nuestra historia con la emisión de nuestro Bono Verde valuado en US\$705 millones—lo que en su momento fue el más grande para una empresa latinoamericana y el primero para el Sistema Coca-Cola. Al cierre de 2023, 100% de los ingresos netos se habían asignado a proyectos elegibles con base en nuestro **→Marco de Referencia del Bono Verde**. Los ingresos netos impulsan el progreso hacia la consecución de nuestras metas de sostenibilidad, incluyendo un mayor contenido reciclado en los empaques de PET, mejor eficiencia en agua y reducción de emisiones CO₂e. Nuestro compromiso con utilizar 100% de energía renovable para el 2030 registró un aumento considerable, al pasar de 66% en 2022 a 77% en 2023.

Bono vinculado a la sostenibilidad: En busca de un futuro eficiente en cuanto al agua

En 2021, emitimos los primeros bonos vinculados a la sostenibilidad (SLB por sus siglas en inglés) en el mercado mexicano, con lo que asignamos Ps. 9,400 millones a la protección del agua. Conscientes de que el agua no sólo es un recurso invaluable para nuestra compañía e industria,

sino también un elemento indispensable para lograr la resiliencia ante el cambio climático, nuestro SLB establece el compromiso de lograr una razón en el uso del agua de 1.26 para el 2026, con base en lo que establece nuestro **→Marco de Referencia de Bonos Vinculados a la Sostenibilidad**. Con el nivel actual de 1.42 litros, nuestra razón de uso del agua es referente de eficiencia, e incluso ciertas plantas de Coca-Cola FEMSA están a la cabeza del Sistema Coca-Cola.



DETALLE DE LA ASIGNACIÓN PARA CADA CATEGORÍA ELEGIBLE



CUMPLIMIENTO DE NUESTRAS METAS DE FINANCIAMIENTO SOSTENIBLE

Como muestra de nuestra disciplina financiera y sostenible, el compromiso permanente de la empresa con la información garantiza la transparencia y la evaluación del impacto siendo referente para la gestión corporativa.



Bonos sociales y de sostenibilidad: Un hito en la responsabilidad corporativa

En lo que constituye una primicia, en 2022 emitimos en el mercado mexicano Ps. 6,000 millones en Bonos Sociales y de Sostenibilidad, con lo que nos convertimos en la primera compañía en el Sistema Coca-Cola en hacerlo. Estos bonos se emplearán para financiar proyectos elegibles de acuerdo con lo que establece nuestro **→Marco de Referencia de Bonos de Sostenibilidad**, para fomentar el desarrollo social y económico al apoyar a grupos subrepresentados, ofrecer habilidades de emprendimiento, proveer soluciones financieras a los dueños de las tiendas e invertir en el desarrollo sostenible de las comunidades, incluyendo la reposición del agua y proyectos de acceso. En 2023, 100% de los recursos del Bono Sostenible fueron asignados (Ps. 500 millones), y Ps. 224.68 millones del Bono Social fueron asignados: 75% para microcréditos, 5% en recursos humanos y 20% en licencia social.



ENTREVISTA CON NUESTRO CFO

GERARDO CRUZ CELAYA

CFO

1. Gerardo, ¿podrías compartirnos una visión general de cómo nuestra prioridad estratégica “Crecer nuestro negocio core” ha impulsado nuestra posición de mercado en 2023?

Nuestra determinación de crecer nuestro negocio core trajo resultados alentadores en 2023. Alcanzamos un sólido crecimiento en volumen de 7.8% en comparación con el año previo, con lo que sobrepasamos 4 mil millones de cajas unidad vendidas en un año—un hito en la historia de nuestra compañía—y registramos niveles históricos de crecimiento en volumen en algunos de nuestros mercados más relevantes, como México, Brasil, Colombia y Guatemala. Estos resultados no sólo destacan el enfoque estratégico que hemos tenido sino también refuerzan nuestro liderazgo en todas nuestras regiones.

Nuestros logros derivan de los esfuerzos que hemos enfocado en recuperar participación de mercado y potenciar el consumo per cápita, con lo que capturamos participación de la marca de Coca-Cola en todos los mercados y canales.

Por ejemplo, al priorizar el crecimiento sostenible en volumen, nos hemos adaptado a la creciente competencia particularmente en México—nuestro

mercado más grande—sobre todo en presentaciones más asequibles y de mayor tamaño. Este enfoque ha empezado a producir cambios positivos en la participación de mercado.

Además, estamos capitalizando oportunidades para mejorar el consumo per cápita en nuestros territorios, desplegando y fortaleciendo nuestro portafolio ganador centrado en el cliente, diseñado para atender diversas necesidades y tendencias. Un punto clave en este enfoque es nuestra meta de crecer Coca-Cola Sin Azúcar y alcanzar el pleno potencial del portafolio de bebidas no carbonatadas, que registraron crecimientos en volumen de 15% y 6%, con respecto al año previo, respectivamente.

Otro elemento fundamental para impulsar el pilar estratégico de crecer nuestro negocio core es nuestra plataforma digital B2B Juntos+, que ahora atiende a 1.1 millones de usuarios activos mensuales en el canal tradicional, un incremento de 35% respecto al año previo. Juntos+ ha sido un catalizador relevante de nuestros logros ya que impulsó el crecimiento en ventas digitales, que ahora representan 15% de nuestras ventas totales, con lo que se ha duplicado el porcentaje con respecto al año anterior.

**NUESTRA MARCO DE COOPERACIÓN CON THE COCA-COLA COMPANY
FUE DECISIVO PARA IMPULSAR EL CRECIMIENTO DE NUESTRO
PORTAFOLIO CORE EN 2023.**



2. ¿Nos podrías explicar qué ventajas ha obtenido Coca-Cola FEMSA de su acelerada estrategia de digitalización, dada su creciente importancia estratégica?

Antes de entrar en el detalle de nuestra estrategia de digitalización, me gustaría compartir algo de contexto. Contamos con la base de clientes más grande en el canal tradicional en Latinoamérica, atendiendo a más de 2 millones de clientes a los que visitamos en promedio 1.8 veces por semana. Nuestra meta consiste en aprovechar nuestras interacciones personales y las sólidas relaciones que nuestros clientes valoran, para cerrar la brecha entre las interacciones presenciales y digitales ofreciendo una plataforma comercial omnicanal. Al desarrollar este ecosistema comercial integral, buscamos atender a nuestros clientes, responder a sus necesidades, expandir nuestra oferta de productos, crear valor y mejorar la experiencia del cliente así como su engagement.

Este esfuerzo de digitalización puede contribuir de manera importante a mejorar la calidad de nuestras ventas a través de la monetización directa e indirecta de datos, como lo estamos viendo actualmente. Tomemos por ejemplo la perspectiva del cliente y del consumidor: Hemos ganado acceso a información más granular sobre los clientes, misma que se puede aprovechar para comprender mejor las preferencias y comportamientos de los consumidores. Esto nos permite desarrollar una oferta de productos más personalizada. Dichas iniciativas no sólo mejoran la satisfacción del cliente, también producen pedidos sugeridos, oportunidades de ventas cruzadas, mejoras en la mezcla, un ticket promedio más alto y un aumento en las ventas totales. Además, la información que recolectamos, combinada con el potencial que ofrece la analítica de grandes datos, nos provee con información que podemos emplear para tomar decisiones estratégicas y para desarrollar productos, mercadotecnia e iniciativas de asequibilidad.

Mientras continuamos desarrollando nuestra plataforma digital, también seguimos digitalizando nuestra cadena de suministro, con lo que agilizamos a nuestra compañía y resultados. La digitalización lleva a una mejor gestión de la cadena de suministro. Al digitalizar nuestros procesos, buscamos optimizar la gestión de inventarios, reducir residuos y disminuir faltas de inventario, lo que produce ahorros en costos y nos permite anticipar la demanda de manera más precisa. Además, la implementación de soluciones digitales optimiza la planeación de rutas de entrega y también garantiza una distribución más eficiente a nuestros más de 2 millones de clientes. Estamos aprovechando la tecnología para implementar rutas dinámicas, lo que hace el proceso de distribución lo más eficiente posible. Estas iniciativas no sólo se traducen en una mejor satisfacción del cliente, también reducen los costos de transportación y la huella de carbono de nuestro proceso de distribución.

Más allá del conocimiento de mercado y la mejora en la cadena de suministro, nuestra robusta infraestructura digital nos provee la agilidad y resiliencia esenciales para enfrentar retos, como los que presentaron el huracán Otis y la pandemia de COVID-19. Esta capacidad para adaptarnos a las circunstancias rápidamente ha sido fundamental para mantener una ventaja competitiva, que nos permite responder de inmediato ante condiciones cambiantes, y garantizar la continuidad de nuestras operaciones.



**US\$80 MILLONES EN AHORROS
RESULTADO DE NUESTRO
PROGRAMA DE EFICIENCIAS
IMPLEMENTADO EN 2023.**



3. En relación al ataque de ciberseguridad que sufrimos en 2023, ¿podrías describirnos las principales lecciones aprendidas y cómo estamos impulsando nuestra estructura de ciberseguridad en el entorno de nuestra expansión digital?

En respuesta al incidente de ciberseguridad, la identificación oportuna fue de vital importancia para nosotros. Implementamos acciones inmediatamente para mitigar el impacto. El rol proactivo de nuestro equipo fue esencial para minimizar interrupciones operativas y, aunque no tuvimos ninguna afectación material, reconocemos que la ciberseguridad constituye un reto permanente que requiere de nuestro seguimiento continuo y la implementación de prácticas de seguridad robustas.

Como todos los retos, este incidente nos sirvió para identificar vulnerabilidades que nos dieron lecciones importantes para el futuro. Estamos haciendo mayores inversiones para fortalecer nuestros sistemas e infraestructura, capacitar a nuestros empleados, reforzar nuestro equipo de ciberseguridad y para adoptar de forma proactiva nuevas medidas para salvaguardar la integridad de nuestras operaciones.

4. ¿Podrías elaborar acerca del rendimiento sobre el capital invertido (ROIC) de Coca-Cola FEMSA y describir qué pueden esperar los accionistas de nuestra estrategia en el futuro próximo?

Primero, quiero enfatizar que nuestra estrategia futura está firmemente sustentada por la disciplina financiera. Estamos comprometidos con mantener una fuerte generación de flujo de efectivo y con adherirnos a un diligente esquema de asignación del capital. Nuestro enfoque abarca la gestión de riesgos operativos a través de meticulosas estrategias de coberturas en tipos de cambio y materias primas. Este enfoque refleja nuestra permanente determinación de mantener la salud financiera y rentabilidad de nuestra empresa, con lo que garantizamos que podremos seguir bien posicionados para aprovechar las oportunidades de crecimiento orgánico e inorgánico, atender los retos de mercado y contar con sólidos cimientos para un continuo crecimiento sostenible y creación de valor para nuestros accionistas.

EL CAPEX CON RESPECTO A VENTAS INCREMENTÓ A 8.7% PARA IMPULSAR NUESTROS ESFUERZOS DE DIGITALIZACIÓN Y SATISFACER LA DEMANDA NO ATENDIDA, CON LO QUE SE SENTARON LOS CIMIENTOS PARA UN CRECIMIENTO SOSTENIBLE.



En cuanto al ROIC, ésta es una métrica clave que refleja nuestra efectividad para utilizar el capital e impulsar el crecimiento sostenible maximizando el valor para el accionista. En el transcurso de los últimos seis años, hemos alcanzado un incremento anual consistente en nuestro ROIC, gracias a una estrategia que incluye:

- **Mejorar la calidad de nuestros ingresos:** Hemos expandido nuestra base de clientes, aumentado el tamaño de transacción promedio y nos hemos enfocado en los SKU más rentables, además de implementar estrategias de gestión de ingresos y mejorar nuestra participación de mercado.
- **Reducción de costos e incremento en eficiencias:** A través de la optimización de nuestra cadena de suministro, procesos de distribución y de la implementación de estrategias de coberturas, hemos mejorado nuestra eficiencia, incluso frente a presiones externas en costos.
- **Sólido balance general:** Al gestionar eficientemente nuestros activos, optimizar los niveles de inventario y mantener un enfoque disciplinado en nuestra estructura de capital, hemos fortalecido nuestras bases financieras.

Como se mencionó anteriormente, hacia el futuro estamos comprometidos con seguir buscando oportunidades para optimizar nuestra estructura de costos y gastos e invertir en innovación y digitalización para mejorar nuestra eficiencia.

SEXTO AÑO CONSECUTIVO DE MEJORA EN EL RENDIMIENTO SOBRE EL CAPITAL INVERTIDO (ROIC).

5. Finalmente, ¿cuáles son los principales logros de tu primer año como Director de Finanzas de Coca-Cola FEMSA?

En mi primer año como Director de Finanzas de Coca-Cola FEMSA, lo más destacable ha sido la sinergia creada entre todo el equipo directivo renovado, que ha establecido sólidos cimientos para nuestros esfuerzos colectivos hacia alcanzar las ambiciosas metas de crecimiento de la compañía.

Esta colaboración ha sido fundamental para guiar nuestra trayectoria de crecimiento y para alinear a todos los equipos de nuestras funciones corporativas y países en los que operamos, con base en la visión de largo plazo de Coca-Cola FEMSA. Esto ha significado no sólo un liderazgo que va de la mano con el compromiso sino también enfrentar y atender los retos juntos, lo que ha reforzado la resiliencia y determinación de nuestra compañía.

Al seguir implementando un modelo de crecimiento sostenible, nuestra visión colectiva sigue siendo clara y está impulsada por el deseo de mejorar el valor para los accionistas y contribuir de manera positiva a las comunidades en las que operamos.

HEMOS PROGRESADO DE MANERA SIGNIFICATIVA EN LA INTEGRACIÓN DE UNA CULTURA DE CRECIMIENTO QUE REFLEJA LAS ASPIRACIONES DE LA COMPAÑÍA.





CRECER NUESTRO NEGOCIO CORE

Nuestra prioridad estratégica de crecer el negocio core, está impulsada mediante la implementación de un modelo de crecimiento sostenible con el objetivo de ganar participación en el portafolio de Coca-Cola, acelerar el crecimiento de Coca-Cola sin Azúcar en nuestros territorios, desarrollar oportunidades de crecimiento en mercados de menor consumo per cápita y lograr el máximo potencial de nuestras categorías de bebidas no carbonatadas.





VEMOS MÁS OPORTUNIDADES PARA CRECER NUESTRO NEGOCIO CORE

Disfrutamos de una posición sólida en una industria con crecimiento constante. Además, continuamos viendo grandes oportunidades para satisfacer las necesidades diarias de bebidas en evolución de nuestros clientes y consumidores, lo que resulta en más espacio para crecer en nuestro negocio *core*.

Aprovechar todos los mecanismos para crecer nuestro negocio *core*

Estamos aprovechando todos los mecanismos que tenemos a nuestra disposición, desde nuestro exitoso portafolio, red de distribución sin paralelo y ejecución en el punto de venta, hasta nuestra plataforma comercial digital omnicanal, para asegurar que podamos capturar participación de la marca Coca-Cola, acelerar el crecimiento de Coca-Cola Sin Azúcar, desarrollar oportunidades de crecimiento en mercados de menor consumo per cápita y alcanzar el pleno potencial de las categorías de bebidas no carbonatadas

En el centro de nuestra estrategia se encuentra un enfoque obsesivo en nuestros clientes y consumidores, que guía todas las decisiones que tomamos. En cuanto a nuestros consumidores, el objetivo de nuestra estrategia es alinear continuamente nuestro portafolio con sus preferencias en evolución, no sólo para satisfacer sus necesidades actuales sino para anticiparnos a tendencias futuras. Nuestro compromiso abarca la innovación y asequibilidad y buscamos mejorar nuestra mezcla de productos para adaptarla a una diversidad de gustos y necesidades, atendiendo cualquier ocasión.

Igualmente, en cuanto a nuestros clientes, estamos comprometidos con expandir nuestra propuesta de valor y mejorar continuamente su experiencia con nosotros, buscando convertirnos en su plataforma comercial predilecta. Nuestro objetivo va más allá de sólo cumplir sus expectativas; buscamos superarlas al ofrecer un servicio inigualable y generar valor para nuestros clientes mediante una solución de tienda digital todo en uno, con un portafolio selecto. La cercana relación que hemos desarrollado con nuestros clientes a lo largo de los años es el principal impulsor del crecimiento en términos de consumo per cápita y participación de mercado. Actualmente, atendemos a más de 2.1 millones de clientes en todos nuestros territorios, lo que constituye la mayor red de distribución en Latinoamérica, y los visitamos en promedio 1.8 veces por semana. Nuestra inigualable red de distribución nos brinda una gran ventaja, particularmente en el canal tradicional que es el principal soporte del modelo comercial en Latinoamérica.

Resultados históricos

En 2023, alcanzamos el nivel histórico de 4 mil millones de cajas unidad vendidas, un aumento de 7.8% con respecto al año anterior, impulsado por el crecimiento en volumen en todos nuestros territorios, donde sobresalen México, Brasil, Colombia y Guatemala.

En México, nuestras estrategias nos permitieron recapturar participación en un entorno altamente competitivo en la categoría de Cola. Este logro destaca nuestro compromiso con fortalecer nuestra presencia y seguir creciendo nuestra participación en uno de nuestros mercados clave. Nuestras operaciones en Colombia y Guatemala también registraron sólidos crecimientos, estableciendo un nuevo nivel histórico en volumen de ventas por segundo y sexto año consecutivo, respectivamente. Adicionalmente, como testimonio de nuestro incesante esfuerzo, nuestra operación en Argentina recibió el prestigioso reconocimiento Candler Cup que otorga The Coca-Cola Company. Este premio no sólo resalta nuestra excelencia operativa; también reconoce nuestras inversiones en el desarrollo de nuestra cultura única.

En Brasil también obtuvimos resultados sólidos, excediendo por primera vez la marca de mil millones de cajas unidad producidas. Además, alcanzamos un volumen histórico en la categoría de bebidas sin alcohol listas para beber, con una participación histórica en cinco categorías, incluyendo bebidas carbonatadas, té, bebidas energéticas, bebidas deportivas y bebidas a base de plantas.

NUESTRO MARCO DE COOPERACIÓN CONTRIBUYE A POTENCIAR EL CRECIMIENTO

Nuestro Marco de Cooperación con The Coca-Cola Company fue decisivo para impulsar el crecimiento de nuestro portafolio *core* en 2023. Con la capitalización de nuestras fortalezas combinadas y visión compartida, seguimos ejecutando inversiones estratégicas muy significativas en el mercado que han potenciado nuestros ambiciosos planes de crecimiento. Al hablar del esfuerzo de colaboración nos referimos a algo que va más allá de sólo una alineación estratégica; nos referimos a un enfoque unificado para responder de manera innovadora a las demandas del mercado y dar forma al futuro de nuestra industria con un enfoque claro en un crecimiento rentable y sostenible.





ACELERAR EL CRECIMIENTO DE COCA-COLA SIN AZÚCAR

En el proceso de crecer activamente nuestro portafolio de bebidas carbonatadas sin azúcar y bajas en azúcar, simultáneamente respondemos a la demanda de los consumidores por nuestros productos y la impulsamos. Este enfoque estratégico atiende los cambios en gustos y destaca nuestro compromiso con satisfacer las distintas necesidades de los consumidores al mismo tiempo que fomentamos un crecimiento sostenible. Cabe resaltar que nuestros volúmenes de Coca-Cola Sin Azúcar han crecido cerca de 60% en comparación con nuestra base de 2019, lo que es demuestra nuestra capacidad de adaptar nuestra oferta a la preferencia que los consumidores han optado por opciones bajas en calorías.



REFORZANDO EL ÉXITO DE COCA-COLA SIN AZÚCAR

Coca-Cola Sin Azúcar continúa ofreciendo a los consumidores una alternativa sin azúcar y sin calorías de una de las marcas más populares en todo el mundo. La nueva fórmula e identidad visual de Coca-Cola Sin Azúcar continúa teniendo un desempeño por encima de la categoría de bebidas carbonatadas en todos nuestros territorios, con un crecimiento de 15.0% en volumen con respecto al año anterior. Para impulsar este crecimiento, empleamos una propuesta de valor consistente y mejoramos la ejecución en el punto de venta a través de iniciativas de muestreo, innovación y experiencia del consumidor.

En Brasil, Coca-Cola Sin Azúcar ha surgido como la opción preferida entre los consumidores, alcanzando 91 millones de cajas unidad, un crecimiento anual de 28.4%. En México, Coca-Cola Sin Azúcar registró un crecimiento en volumen de 9.1% con respecto al año anterior. Argentina, Uruguay y Costa Rica tienen la mayor mezcla de Coca-Cola Sin Azúcar en su portafolio de bebidas carbonatadas, y la mezcla siguió creciendo en 2023, estableciendo la referencia para la compañía.

CRECIMIENTO DE LA CATEGORÍA SIN AZÚCAR MÁS ALLÁ DE COCA-COLA

Aprovechando el éxito de Coca-Cola Sin Azúcar, estamos impulsando de forma dinámica el crecimiento en todo el portafolio de bebidas de sabor sin azúcar y bajas en azúcar. Esta trayectoria de crecimiento está marcada por iniciativas estratégicas como el relanzamiento de Sprite Lime SOS, la aceleración de Sprite Fénix en Argentina, el lanzamiento de Schweppes Toronja Sin Azúcar en Uruguay y la introducción de Sprite y Fanta Sin Azúcar en las máquinas expendedoras en los cines. Uruguay por sí solo constituye la línea de referencia en la mezcla de Coca-Cola Sin Azúcar, con una participación de 30.7%.

Estos lanzamientos y relanzamientos dirigidos atienden las cambiantes preferencias de los consumidores hacia opciones bajas en calorías, en línea con los gustos y tendencias regionales. El éxito de esta estrategia es evidente en Colombia, donde el portafolio de bebidas carbonatadas sin azúcar y bajas en azúcar registró un crecimiento en volumen de 6.8% comparado con el año previo.



COCA-COLA CREATIONS: MEJORAR LA RELACIÓN CON EL CONSUMIDOR

A lo largo del año, introdujimos las ediciones limitadas, que son lanzamientos secuenciales de Coca-Cola Creations, la plataforma de innovación de The Coca-Cola Company, en nuestros mercados clave para fortalecer la relación con el consumidor. Estas nuevas creaciones—que incluyen una colaboración con la cantante española Rosalía para una edición limitada de Coca-Cola—nos permitieron lanzar nuevos productos y experiencias creativas de manera secuencial a través de los mundos físico y digital.

En Brasil, aprovechamos el poder de nuestra plataforma de innovación para cautivar a los consumidores que pertenecen a la Generación Z a través de Coca-Cola Ultimate XP, una alianza exclusiva con el popular juego en línea League of Legends. Esta iniciativa combina la icónica experiencia Coca-Cola con el dinámico mundo del gaming, creando una experiencia memorable.



ACELERAR LAS PRESENTACIONES PERSONALES

Estamos impulsando activamente el crecimiento de nuestra mezcla rentable de presentaciones personales. Nuestra estrategia incluye aprovechar la popularidad de los multipacks, ampliar la disponibilidad de enfriadores y desplegar estrategias personalizadas en todos nuestros territorios. Este enfoque no sólo se adecúa a las preferencias de los clientes, también es de fundamental importancia para potenciar nuestros volúmenes de bebidas carbonatadas y no carbonatadas, en particular nuestro portafolio de bebidas sin azúcar y bajas en azúcar. Nuestra estrategia para mejorar las presentaciones personales ha producido resultados significativos. En general, en 2023 la mezcla de presentaciones personales llegó a 31.1%, lo que supera nuestra línea base de 2019 en 100 puntos base.



MÉXICO: IMPULSAR LA MEZCLA DE PRESENTACIONES PERSONALES RENTABLES CON MULTIPACKS

Nuestro popular portafolio de multipacks nos permite interactuar de mejor manera con nuestros consumidores en México y, al mismo tiempo, crecer nuestra rentable mezcla de presentaciones personales, transacciones e ingresos a en el canal tradicional.

Nuestro volumen de multipacks en México creció doble-dígito en todos los canales, con aproximadamente 85% del volumen incremental en el canal moderno. Nuestra exitosa estrategia con multipacks en México nos permitió alcanzar una mezcla de presentaciones personales en multipacks de 75%, lo que la hace una estrategia rentable.

En 2023, nos enfocamos en optimizar nuestro portafolio multipack y en ajustar su estructura de precios, con el objetivo de mejorar nuestra posición de mercado y atender mejor las necesidades de los consumidores. Nuestro portafolio multipack en el canal moderno en México ofrece marcas populares como Coca-Cola, Coca-Cola Sin Azúcar, Sprite, Sidral Mundet, Fanta, Ciel, Seagram's y Monster. Además, ajustamos meticulosamente nuestras presentaciones de 6, 8 y 12 unidades para satisfacer diversas necesidades de nuestros clientes y consumidores, entre los que se incluyen desde mayoristas hasta automercados y clubes de precio.



ARGENTINA, CENTROAMÉRICA, COLOMBIA, URUGUAY: ACCELERANDO EL DESPLIEGUE DE ENFRIADORES

En 2023, nuestro enfoque en una ejecución implacable en el punto de venta nos llevó a instalar más de 66,000 enfriadores nuevos en tiempo récord en nuestras operaciones. Esta inversión refuerza nuestro compromiso permanente con mejorar la experiencia del cliente y la disponibilidad de productos.



APROVECHAR LA ASEQUIBILIDAD PARA IMPULSAR EL CRECIMIENTO SOSTENIBLE

La asequibilidad es un motor detrás de nuestra estrategia de crecimiento sostenible. Seguimos ejecutando de tal forma que podamos ganar las ocasiones de consumo “fuera de casa” y “en casa” con iniciativas de mercado estratégicas que nos permitan ofrecer a nuestros consumidores precios asequibles inigualables. Este enfoque no sólo responde a las necesidades y preferencias en constante evolución de nuestros consumidores, también va en línea con nuestro compromiso con la sostenibilidad ambiental.

CRECIMIENTO DE LA BOTELLA UNIVERSAL IMPULSA LA ESTRATEGIA DE ASEQUIBILIDAD

El exitoso despliegue de nuestra botella universal resultó en un incremento en nuestro volumen de retornables. La botella universal retornable ofrece a los consumidores ahorros en comparación con los empaques de un sólo uso, lo que hace que nuestros productos sean más accesibles. Desde el punto de vista ambiental, la botella retornable podría reducir los residuos de envases de un solo uso y ayuda a asegurar altos niveles de recolección de contenedores de bebidas. Este enfoque está en línea con nuestras metas de fomentar un futuro sostenible y atiende la demanda de los consumidores de contar con soluciones de empaques más amigables con el medio ambiente.

La botella universal rellenable ha sido de vital importancia para impulsar la participación de mercado en los territorios en los que se lanzó, lo que constituye un logro considerable de nuestra estrategia de mercado. La versatilidad de esta innovación en los empaques no sólo ha optimizado nuestras operaciones, también mejora nuestra competitividad, es bien recibida por nuestros consumidores y contribuye a nuestro actual crecimiento y penetración de mercado.

En México, continuamos con la expansión de nuestra botella universal retornable en PET de 2.5 litros en nuevos territorios. Con una cobertura en la actualidad de prácticamente todo el territorio franquiciado, la botella universal tiene un rol muy versátil, habilitando los empaques rellenables para nuestras principales bebidas carbonatadas de sabor y marcas de jugo. Entre éstas se incluye todo desde Fanta, Sprite y Valle Frut hasta los favoritos locales como Escuis y Victoria. Adicionalmente, expandimos considerablemente nuestra capacidad de rellenables y la cobertura de nuestra presentación de Coca-Cola Original retornable en PET de 3 litros.

En Colombia, continuamos con la expansión de la botella universal rellenable y actualmente cubrimos más del 10% del país, lo que nos permite ofrecer presentaciones rellenables en PET asequibles no sólo de la marca Coca-Cola sino también de nuestras marcas de bebidas carbonatadas y no carbonatadas de sabor. Esto produjo un notable aumento en volumen y participación de ventas en las ciudades en las que se desplegó. En Guatemala y Costa Rica, lanzamos una nueva botella universal de 500 ml en 2023.





BRASIL: CONSOLIDAR EL CRECIMIENTO DE RETORNABLES

A través de la estrategia de retornables y de la botella universal rellenable, seguimos consolidando nuestro crecimiento en volumen y ventaja competitiva en la categoría de bebidas carbonatadas en Brasil—incrementando nuestro volumen de retornables con respecto al año anterior, al mismo tiempo que mejoramos la gestión de activos. Para el año, las presentaciones retornables alcanzaron cerca de 165 millones de cajas unidad, es decir más de 18% de nuestra mezcla de bebidas carbonatadas.



ARGENTINA: CRECIMIENTO DE LA BASE DE CONSUMIDORES Y EL VOLUMEN A TRAVÉS DE LA ESTRATEGIA DE ASEQUIBILIDAD

A través de nuestra estrategia de asequibilidad, seguimos capturando participación y expandiendo nuestra base de consumidores en el dinámico entorno competitivo y económico en Argentina. Nuestra estrategia de segmentación de mercado, que está en plena evolución y capitaliza nuestra propuesta de valor integral y la excelencia en la ejecución, nos permitió ofrecer los productos correctos al precio correcto en todos los segmentos. Este enfoque no sólo mejoró nuestra penetración en los hogares; también contribuyó a que pudiéramos alcanzar un crecimiento en volumen con respecto al año anterior.





ALCANZANDO EL PLENO POTENCIAL DE BEBIDAS NO CARBONATADAS

Seguimos capturando participación de mercado en las categorías emergentes de bebidas no carbonatadas—desde las bebidas de hidratación hasta las energéticas, tés y deportivas—con lo que buscamos alcanzar el pleno potencial de nuestras categorías de bebidas no carbonatadas rentables.



MÉXICO: SUPERANDO A LA INDUSTRIA CON EL ÉXITO EN EL MERCADO DE AGUA Y POWERADE

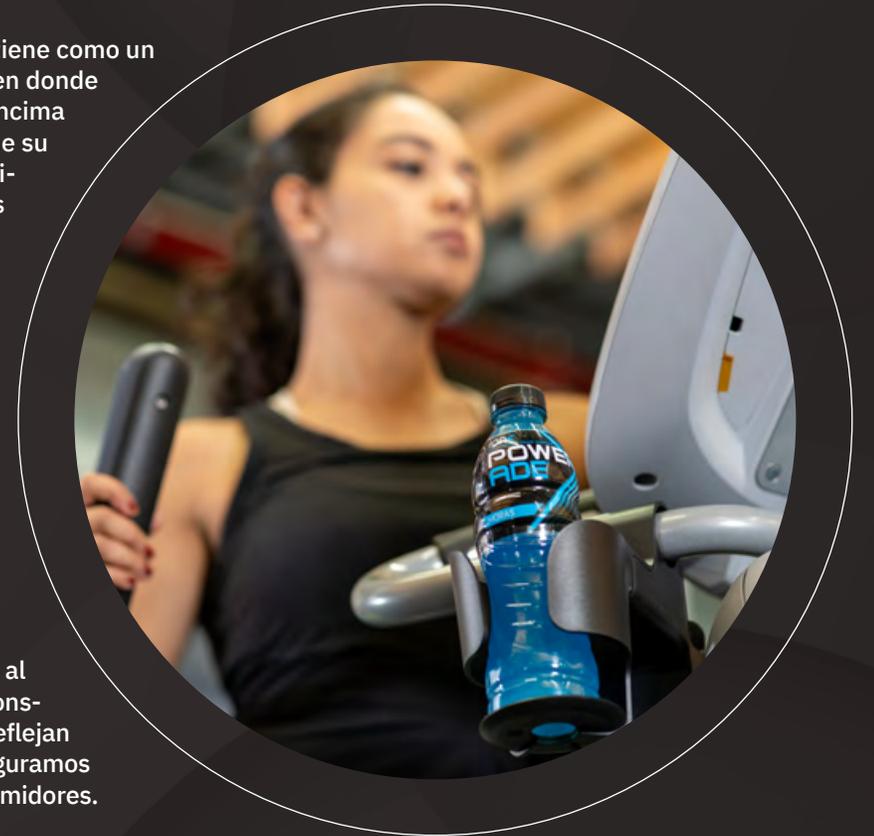
La categoría de bebidas no carbonatadas se mantiene como un mecanismo relevante de crecimiento en México, en donde nuestras marcas y portafolio se encuentran por encima de las tendencias de la industria. El agua mantiene su trayectoria de crecimiento, con ganancias en participación de mercado y un crecimiento en ingresos de 28.7% con respecto al año anterior. Powerade cerró el año como líder en el mercado, con una notable participación de mercado en el segmento de bebidas deportivas, que sigue creciendo, y un crecimiento de 23% en volumen en comparación con el año anterior.



BRASIL: EN EL TOP 10 DEL MERCADO DE BEBIDAS NO CARBONATADAS DE COCA-COLA

En 2023, nuestra operación en Brasil introdujo nuevos sabores para responder mejor a los gustos de los consumidores que están en constante evolución, con lo que logramos mantener la inercia en el crecimiento de los segmentos de bebidas deportivas y energéticas. Powerade lanzó Powerade Maracuyá y Powerade Mandarina, con el objetivo de refrescar a los consumidores con sabores innovadores. Monster respondió al aumento en la demanda de sabores únicos con el lanzamiento de Monster Khaotic, Monster Mango Loco, Monster Pipeline Punch y Monster Watermelon. Estos lanzamientos reflejan nuestro compromiso con participar en nuevos segmentos de mercado, con lo que aseguramos que nuestros productos se mantengan al frente de las elecciones que hacen los consumidores.

En general, nuestra operación en Brasil ha registrado crecimientos notables y consistentes dentro de la categoría de bebidas no carbonatadas, donde destaca su contribución considerable en varios segmentos. Las categorías de jugos y bebidas deportivas crecieron 16% y 28% respectivamente en comparación con el año anterior. Este desempeño ha impulsado a Brasil a situarse entre el selecto grupo de los 10 principales mercados de bebidas no carbonatadas de Coca-Cola en el mundo, excluyendo bebidas energéticas.





COLOMBIA: 3X CRECIMIENTO EN LA CATEGORÍA DE AGUA DE SABOR

Aprovechando el notorio éxito del agua carbonatada Brisa Manzana, hemos seguido expandiendo nuestra oferta con el lanzamiento de Brisa Maracuyá. Esta reciente adición a nuestra gama Brisa es testimonio de nuestro compromiso con estar en línea con las tendencias de los consumidores hacia bebidas sin calorías. Este enfoque ha sido muy exitoso, como lo evidencia el hecho de que el crecimiento en nuestra categoría de agua de sabor se triplicó este año en Colombia. Estas refrescantes aguas de sabor constituyen más que sólo un triunfo de la innovación, también reflejan nuestro entendimiento de las preferencias de los consumidores, lo que nos ayuda a reforzar nuestro posicionamiento en el competitivo segmento de aguas carbonatadas de sabor.



URUGUAY: ROBUSTO PORTAFOLIO DE BEBIDAS NO CARBONATADAS DETRÁS DEL LIDERAZGO EN EL MERCADO

A través de nuestro enfoque centrado en el consumidor, estamos mejorando aún más la fortaleza de nuestro portafolio de bebidas no carbonatadas en Uruguay. El segmento de bebidas energéticas expandió su liderazgo en participación de ventas respecto al año anterior. Adicionalmente, nuestro portafolio de isotónicas, con producción local y lanzamiento de nuevos sabores, fue el motor detrás del crecimiento en volumen de 58% en comparación con el año anterior, con un incremento en la participación de mercado.





EL COMPROMISO DE COCA-COLA FEMSA CON LA MERCADOTECNIA RESPONSABLE, DECISIONES INFORMADAS Y LA CALIDAD



Nuestros consumidores están al centro de todo lo que hacemos

Adoptando los principios de transparencia, información sustentada en hechos y autenticidad, consistentemente alineamos nuestras prácticas comerciales con nuestros valores, metas de sostenibilidad y de negocio. A medida que hemos evolucionado y respondemos al deseo de los consumidores de contar con más opciones en todas las categorías, estamos reduciendo el azúcar añadida y ofrecemos más bebidas con beneficios nutricionales mejorados. Además, estamos optimizando nuestra mezcla de productos, ofrecemos más opciones de empaques pequeños y brindamos a los consumidores acceso a información nutricional transparente.



Decisiones nutricionales informadas

Para que nuestros consumidores puedan tomar decisiones saludables e informadas, nuestras etiquetas incluyen información clara sobre el contenido nutricional. Nuestra estrategia de etiquetado nutricional en todas nuestras operaciones se basa en ofrecer a los consumidores información de fácil acceso y completa en cumplimiento con la regulación que nos aplica en los países que atendemos. Nuestra meta consiste en proveer a los consumidores información de calidad que les permita tomar decisiones informadas sobre su elección de bebidas.



Mercadotecnia responsable

Como parte de nuestro compromiso con el bienestar de nuestros consumidores y clientes, nuestra publicidad se adhiere estrictamente a la Política de Mercadotecnia Responsable y los Lineamientos Globales para Bebidas en Escuelas de The Coca-Cola Company. Como parte del Sistema Coca-Cola, implementamos y aplicamos rigurosamente estas políticas, respetando el papel de los padres y tutores al no elaborar publicidad enfocada directamente en niños menores de 13 años. Además, promovemos categóricamente el respeto a las prácticas de mercadotecnia éticas, de acuerdo a lo que establecen los lineamientos de The Coca-Cola Company. Para más información, consulte:

- [Política de Mercadotecnia Responsable](#)
- [Política de Prevención del Hostigamiento](#)
- [Principios para el Uso Responsable de Medios Digitales de The Coca-Cola Company](#)



Excelente calidad

Nuestros procesos de producción cumplen con las más estrictas normas de calidad, y nuestros ingredientes se adhieren a las regulaciones locales y normas internacionales establecidas por agencias como CODEX, FDA, JEFCA y EFSA en todas nuestras geografías. Realizamos nuestros procesos en plantas embotelladoras de vanguardia, todas las cuales cuentan con la certificación FSSC 22000¹, lo que garantiza la más alta calidad de nuestros productos a nuestros consumidores.



1. No incluye las 7 plantas adquiridas en México al cierre de 2022, las cuales aún se encuentran en el proceso de un año de alineación requerido a los estándares de Coca-Cola FEMSA.



Este año, establecimos las bases para convertirnos en la plataforma comercial omnicanal preferida con Juntos+, revisando completamente su arquitectura de TI y desplegando exitosamente nuestra versión 4.0 en Brasil, lo cual mejora significativamente la experiencia del cliente.



SER LA PLATAFORMA COMERCIAL PREFERIDA



DESPLEGAR JUNTOS+ V4.0, LA EXPERIENCIA OMNICANAL B2B

Estamos en proceso de construir una plataforma comercial omnicanal B2B, que coloca al cliente al centro de todas las interacciones.

Nuestro nuevo Juntos+: Revolucionando los estándares de la industria

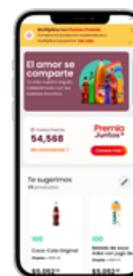
En 2023, lanzamos la aplicación móvil y experiencia web mejoradas para Juntos+ en Brasil, marcando un hito significativo. Esta nueva arquitectura para Juntos+ mejora la experiencia del usuario y soporta el despliegue continuo de soluciones analíticas en nuestros productos digitales. Construida sobre una arquitectura nativa en la nube, desacoplada y componible, la nueva aplicación móvil y portal web de Juntos+ ofrecen la flexibilidad que se requiere para expandir aún más nuestro portafolio de productos digitales y analíticos.

Dado que satisface la necesidad que han expresado nuestros clientes de contar con una solución de tienda digital todo en uno, Juntos+ permite a nuestra gran base de clientes no sólo hacer un pedido de sus marcas y categorías preferidas cuándo, dónde y cómo quieran, sino también aprovechar una amplia gama de características que están en constante evolución.

Juntos+ ofrece mucho más que solamente mayor flexibilidad y conveniencia. Esta tienda digital de vanguardia nos permite personalizar de forma dinámica las oportunidades de ventas cruzadas (cross-selling) y ventas adicionales (up-selling) con base en un programa de recomendaciones, promociones y descuentos que aprovecha algoritmos avanzados de inteligencia artificial (IA) e información en tiempo real para adaptar la oferta con el análisis del comportamiento de los usuarios y la información relacionada. Al aprovechar el potencial de la toma de decisiones basada en datos, podemos optimizar las estrategias de ventas y mejorar nuestra relación con los clientes, lo que incrementando ventas y maximizando el valor promedio de transacción.

Durante 2024, seguiremos desplegando la nueva aplicación y portal web Juntos+ en todos los países en los que operamos. Adicionalmente, vamos a potenciar el uso de la IA para mejorar nuestras capacidades y oferta para atender mejor a nuestros clientes.

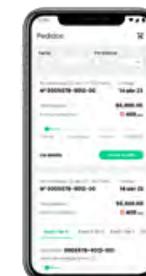
Juntos+ v4.0 es una aplicación que nació digital que ofrece una amplia gama de nuevas características



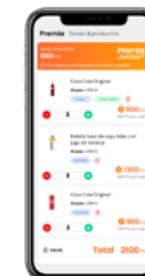
Programa de lealtad



Pedido sugerido por IA



Seguimiento del pedido



Plan de lealtad en el carrito de compras



Notificaciones





RÁPIDO CRECIMIENTO EN LA ADOPCIÓN DE JUNTOS+

La adopción de Juntos+ ha sido sobresaliente, con 1.1 millones de usuarios activos mensuales al cierre de 2023, un aumento de más de 35% con respecto al año anterior. El crecimiento de Juntos+ se hace evidente en todos nuestros mercados con el aumento en los pedidos y la consecuente mejoría en el desempeño de nuestro portafolio core y multicategoría.

En 2023, las más de 31.1 millones de órdenes que procesamos a través de los canales digitales representaron aproximadamente 15% de las ventas totales—un incremento de 71% con respecto al 2022—y generaron cerca de US\$2.4 mil millones en ingresos digitales. Estos resultados muestran el éxito rotundo de nuestra estrategia omnicanal, que está sentando las bases del futuro del comercio B2B en nuestra industria.

**1.1
MILLONES**

de usuarios activos mensuales, +35% vs. 2022.

**31.1
MILLONES**

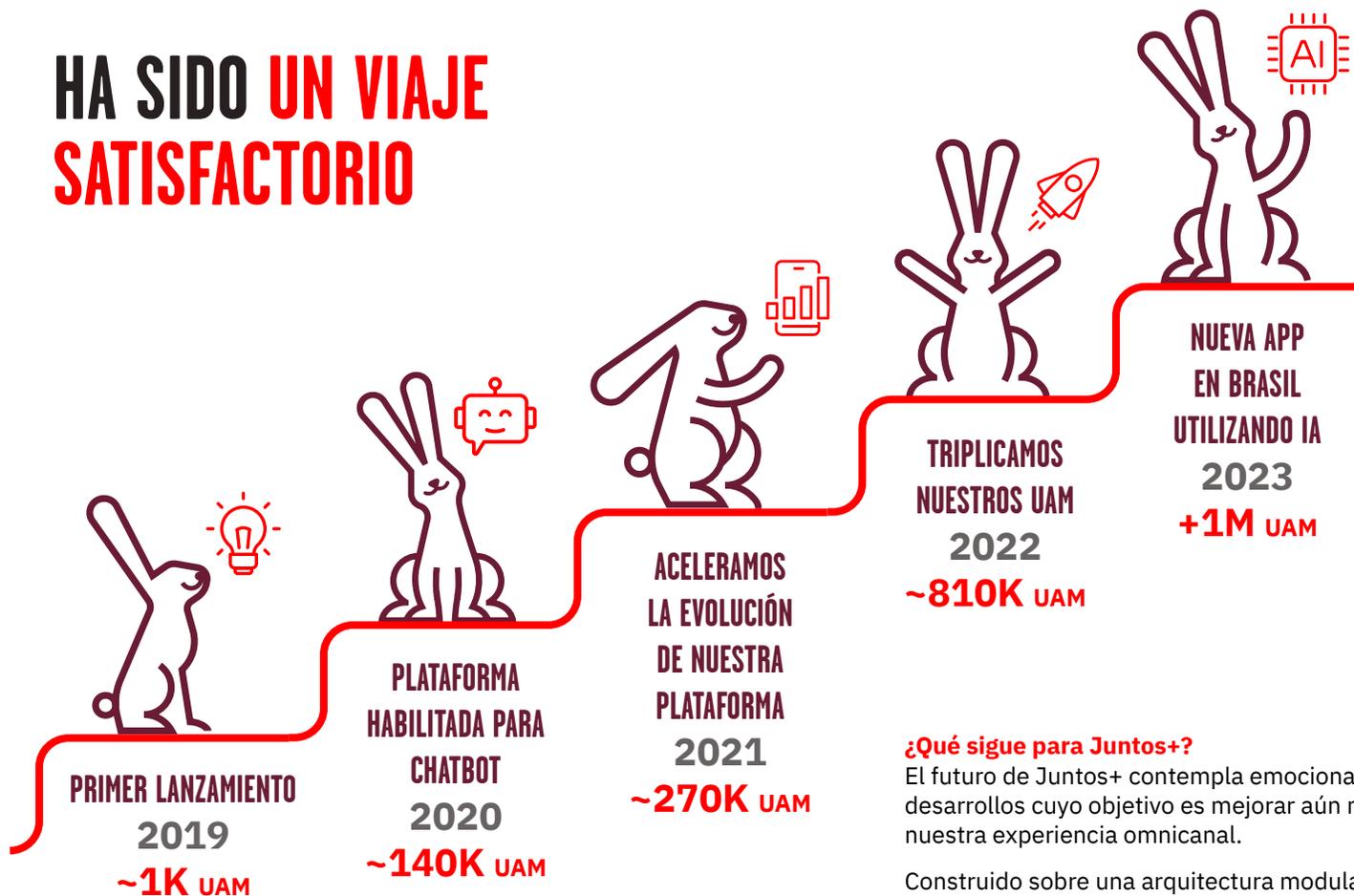
de pedidos procesados en canales digitales, 15% de las ventas totales— + 71% vs. 2022.

**US\$2.4 MIL
MILLONES**

en ingresos digitales.

Usuarios activos mensuales (UAM)

HA SIDO UN VIAJE SATISFACTORIO



¿Qué sigue para Juntos+?

El futuro de Juntos+ contempla emocionantes desarrollos cuyo objetivo es mejorar aún más nuestra experiencia omnicanal.

Construido sobre una arquitectura modular y flexible, Juntos+ integra una base analítica desarrollada recientemente para crear e implementar grandes modelos de IA, lo que permite el despliegue continuo de soluciones centradas en el cliente para atenderlos mejor y ofrecerles la mejor experiencia.

En el futuro próximo, planeamos probar y lanzar soluciones basadas en IA tanto para clientes como para nuestros prevendedores.



TRANSFORMAR LA DINÁMICA DEL CANAL TRADICIONAL

Sinergia simplificada: La experiencia Juntos+

Además de aprovechar nuestras sólidas relaciones, nos hemos comprometido con garantizar que nuestra plataforma omnicanal B2B, Juntos+, ofrezca una experiencia integral construida sobre la base de las interacciones personales excepcionales que valoran nuestros clientes. Buscamos cerrar la brecha entre interacciones presenciales y digitales al ofrecer un portafolio de productos digitales con los que nuestros clientes pueden ponerse en contacto con nosotros. Éste incluye nuestra solución comercial conversacional habilitada para chatbot, además del portal web y aplicación móvil que están en constante evolución. También reforzamos la experiencia de nuestros clientes a través de otras características como el programa de lealtad Premia Juntos+ y productos de analítica como nuestra solución de pedido sugerido que permite a los clientes hacer sus pedidos rápidamente con pocos clics sugeridos por IA, lo que les ayuda a reducir las ventas perdidas ya que evita las faltas de inventario.

Juntos+ nos conecta con más de 1.1 millones de usuarios activos mensuales fácilmente y en tiempo real, a través de puntos de contacto digitales que sirven para mejorar el servicio al cliente y permiten a los clientes interactuar comercialmente con nosotros en cualquier momento, desde cualquier lugar y a través de una experiencia omnicanal. Por ello, analizamos todos nuestros procesos, desde la venta hasta la entrega final. Para medir la satisfacción del cliente, utilizamos una serie integral de métricas con lo que garantizamos que nuestro enfoque sea al mismo tiempo profundo y efectivo. Ello es ejemplo de nuestro compromiso con escuchar la retroalimentación que recibimos de nuestros clientes y actuar en consecuencia, con lo que resolvemos sus principales quejas a través de un proceso homologado para cerrar el círculo, lo que hace que cada interacción cuente. Así, la satisfacción del cliente ha mejorado notablemente en comparación con años previos.

LA TRAYECTORIA DE JUAN COMO UN FELIZ USUARIO DE JUNTOS+

10:30 am, Martes
Juan utiliza la Función de Seguimiento de Pedidos de la aplicación móvil de Coca-Cola FEMSA para confirmar que sus pedidos serán entregados esa tarde.

12:55 pm, Martes
Juan recibe una notificación: "Usted es nuestro próximo cliente en la ruta de servicio."

8:05 pm, Lunes
Juan recibe la confirmación del Centro de Contacto Coca-Cola FEMSA de que recibirá una visita técnica en pocas horas.

1:50 pm, Martes
Juan recibe ambos pedidos y utiliza el sistema de pagos electrónicos de la aplicación móvil de Coca-Cola FEMSA para verificar y hacer el pago total.

8:00 pm, Lunes
Juan reporta una falla en un enfriador a través de la Aplicación Móvil de Coca-Cola FEMSA.

10:00 am, Lunes
Juan, nuestro cliente desde hace muchos años, recibe la visita de Mario, su proveedor habitual, y hace su pedido semanal.

3:30 pm, Lunes
Juan se da cuenta de que se le olvidó pedir un producto específico y rápidamente decide utilizar el Chatbot de Coca-Cola FEMSA para hacer el pedido.

3:35 pm, Lunes
Mario recibe una notificación en su equipo portátil y llama a Juan para confirmar el nuevo pedido.





ESTABLECIENDO LA REFERENCIA EN LA RELACIÓN D2C

Nuestra misión consiste en ser la plataforma multicategoría D2C preferida de los hogares entregando productos y servicios de alta calidad.

Impulsando la expansión de la entrega a domicilio D2C en México

En 2023, nuestros esfuerzos se centraron en expandir el alcance de nuestra plataforma D2C, para lo cual ofrecemos una experiencia omnicanal que pone énfasis en la conveniencia de poder entregar directamente en los hogares de nuestros clientes una amplia gama de productos tanto de Coca-Cola como de otras compañías de consumo.

A través de la aplicación Coca-Cola en Tu Hogar, además de nuestro portal web y chatbot, que están habilitados en el 75% de nuestras rutas, hemos ampliado considerablemente nuestra huella digital, con lo que se ha aumentado nuestra base de clientes que realizan compras digitales mensualmente hasta llegar a más de 110 mil hogares digitales. Los clientes pueden realizar sus compras de manera digital las 24 horas del día, siete días a la semana, lo que les permite tener acceso a nuestro portafolio completo, explorar promociones, oportunidades de descuento y recibir un servicio personalizado y apoyo directo de nuestros centros de contacto para clientes y repartidores de rutas de entrega.

En paralelo, nos concentramos en mejorar significativamente nuestra experiencia de servicio. Como testimonio de la eficiencia de nuestros esfuerzos, se registró un crecimiento en la métrica de entregas a tiempo completas, mismo que siguió aumentando a lo largo del 2023, lo que destaca nuestro compromiso con ofrecer un servicio al cliente excepcional y confiable.

Hacia delante, nuestro compromiso consiste en mejorar y desarrollar las funcionalidades de nuestra plataforma omnicanal D2C que está en constante evolución y, al mismo tiempo, garantizar un servicio de entrega de vanguardia. Desde la integración de plataformas de pagos digitales basados en web hasta la expansión de una oferta multicategoría, el lanzamiento de una nueva imagen visual y la introducción de nuestro plan de lealtad, mantenemos nuestro enfoque en mejorar nuestra propuesta de valor y aumentar la penetración en hogares, ello en paralelo con nuestra prioridad de permanecer centrados en el cliente. Además, estamos evaluando la posibilidad de llevar nuestro modelo de entrega a domicilio a otros países, dependiendo del potencial de mercado y madurez digital de cada uno.

FOMENTAR EL CRECIMIENTO MULTICATEGORÍA EN LA ENTREGA A DOMICILIO DIGITAL D2C

El éxito de nuestra plataforma D2C se refleja también en la creciente aceptación de los pedidos digitales y multicategoría por parte de los consumidores en el hogar, lo que ha contribuido a aumentar la productividad en nuestras rutas de entrega a domicilio, el ticket promedio y las ventas.

1,750
rutas D2C.

~600K
mil hogares
atendidos en México.

~110K
mil hogares
digitales.

+1.7
millones de órdenes
digitales para entrega
a domicilio, +2.8x en el
ticket promedio.



OFRECIENDO MAYOR VALOR AL MERCADO CON MULTICATEGORÍA

Nuestra oferta multicategoría es un elemento importante en nuestra estrategia de crecimiento al contribuir a un aumento en las ventas, apalancando nuestras capacidades de logística y distribución, mejorando nuestra propuesta de valor al atender los desafíos de nuestros clientes a través de Juntos+ como una solución integral, lo que conlleva a un crecimiento de nuestro portafolio *core*.

Mejorar el valor: El papel de la estrategia multicategoría como parte del crecimiento

Nuestra estrategia multicategoría se implementa a través de una plataforma omnicanal que ofrece a los clientes un portafolio diverso de productos. Al aprovechar nuestra capacidad instalada de logística y distribución, esta estrategia fortalece el retorno sobre el capital invertido.

Implementamos una estrategia multicategoría con la integración de procesos de punta a punta dentro de nuestras funciones de ventas y cadena de suministro, con lo que se crea un ecosistema sencillo que facilita la colaboración con nuestros socios. El rol de los preventadores resulta fundamental para informar a nuestros clientes del canal tradicional sobre nuestro portafolio multicategoría que está en constante crecimiento, mientras que las capacidades digitales funcionan como un catalizador que nos permite llegar a los clientes más rápidamente.

La sinergia que se da entre Juntos+ y nuestro portafolio multicategoría optimiza nuestras operaciones y, al mismo tiempo, aumenta de manera significativa el valor general que ofrecemos a nuestros clientes y socios. El enfoque en mejorar la experiencia del cliente

también es parte fundamental para este éxito, ya que incluye recomendaciones de ventas cruzadas dentro de Juntos+ y da prioridad a los SKU con mayores tasas de rotación. Impulsados por este progreso, no sólo hemos escalado nuestra transformación como una compañía digitalizada—con la adopción de capacidades tecnológicas y digitales a todo lo largo de la cadena de valor—también hemos acelerado nuestro crecimiento para ser un jugador omnicanal multicategoría, lo que nos posiciona para lograr convertirnos en la plataforma comercial preferida.

Impulsar nuestra estrategia multicategoría

Este año seguimos reforzando nuestra estrategia multicategoría, buscando incrementar nuestras ventas a través de acuerdos de distribución y pilotos con socios en mercados específicos.

Priorizamos a las marcas líder en categorías adyacentes de cerveza, licores, bebidas alcohólicas listas para tomar, cuidado del hogar y personal, botanas y bienes de consumo empacados. En términos de cerveza en Brasil, esperamos seguir capitalizando nuestras marcas y fortaleciendo nuestro portafolio en la medida en que el segmento premium siga registrando resultados por encima de los pronósticos.

Este enfoque personalizado nos permite atender las cambiantes necesidades de nuestros clientes, con lo que garantizamos que podamos responder a sus preferencias de manera efectiva y, al mismo tiempo, contribuye a aumentar nuestra presencia y visibilidad con promociones cruzadas dirigidas y oportunidades de ejecución en los ámbitos físico y digital.

Aunque la base de comparación es baja, las ventas totales de nuestro portafolio multicategoría, excluyendo cerveza,

SE DUPLICARON CON RESPECTO AL 2022,

lo que equivale a más del 1% de los ingresos consolidados totales.





QUITAR CUELLOS DE BOTELLA

EN NUESTRA
INFRAESTRUCTURA Y

DIGITALIZAR LA EMPRESA

Conforme la compañía sigue creciendo, buscamos que nuestra infraestructura y capacidades digitales se mantengan a la vanguardia de manera eficiente. Este enfoque no solo permite la ejecución efectiva de los pilares estratégicos, también optimiza la gestión de recursos y mejora la satisfacción del cliente.





CRECER, OPTIMIZAR Y DIGITALIZAR NUESTRA INFRAESTRUCTURA

Realizamos inversiones sin precedentes para mejorar la infraestructura mediante facilitadores digitales, expandiendo y optimizando considerablemente la capacidad de producción y distribución. Este enfoque garantiza la flexibilidad necesaria para continuar creciendo y posicionarnos como la plataforma comercial preferida de nuestros clientes.

Inversiones en capacidad en 2023 y más allá

Planeamos continuar invirtiendo en producción y en la capacidad de almacenamiento para atender la creciente demanda. Cabe mencionar que nuestro objetivo para los próximos tres años es aumentar nuestra capacidad 15% y en 30% la capacidad de nuestros almacenes para atender el incremento en la demanda.

Digitalizar las plantas para un mejor desempeño, seguridad e impacto ambiental

Implementamos iniciativas digitales específicas, más eficientes en costo que mejoran los procesos de manufactura base. Al enfocarse en minimizar riesgos, aumentar la agilidad y mejorar la eficiencia operativa, estas iniciativas aseguran la entrega fácil de nuestros productos de alta calidad a los clientes. Como parte de nuestra estrategia digital para manufactura, hemos identificado las herramientas y aplicaciones tecnológicas que apuntalan nuestra estrategia Manufactura 4.0. Esto garantiza un desempeño eficiente en la fabricación y un enfoque en el desarrollo de capacidades de respuesta y eficiencia operativa.

Manufactura 4.0 en Coca-Cola FEMSA

Desempeño de la línea	Fuerza de trabajo conectada	Mantenimiento digital	Calidad y seguridad digital
Mejorar la confiabilidad y productividad de la línea de embotellado con una plataforma de visualización de la línea.	Digitalizar y automatizar las actividades operacionales para potenciar la eficiencia en ejecución.	Planes de mantenimiento y ejecución avanzados con soluciones digitales que reducen riesgos y mejoran la productividad y confiabilidad de los activos.	Impulsar la evolución de las normas de Calidad y Seguridad con soluciones digitales.

EXCELENCIA EN LA PLANEACIÓN DE LA DEMANDA

En Coca-Cola FEMSA, nuestro compromiso con comprender y anticiparnos a los cambios en las preferencias de los consumidores demuestra nuestra dedicación a ofrecer un servicio excepcional y agilidad operativa. La iniciativa Planeación de Demanda 360 es nuestra respuesta al rápido crecimiento de la compañía permitiendo realizar ajustes inmediatos ante la complejidad de la dinámica de la demanda del mercado. Esta iniciativa aprovecha la automatización, analíticos y tecnologías de vanguardia para adaptar rápidamente la infraestructura a los requisitos del mercado, integrar inmediatamente nuevas categorías de producto a nuestro catálogo y, al mismo tiempo, mantener un servicio de entrega excelente.





REVOLUCIONAR LA GESTIÓN DE ALMACENES CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL

En 2023 avanzamos en los esfuerzos de optimización de almacenamiento con el objetivo de mejorar la densidad y productividad sin tener que realizar grandes inversiones. Estamos revolucionando nuestro enfoque en el crecimiento y gestión de almacenes implementando nuevas estrategias de utilización de espacios—maximizar la altura, optimizar el diseño del área con frentes más accesibles y de menor profundidad y reducir el efecto panel. Estas innovaciones han servido para aumentar la capacidad de almacenaje en aproximadamente 71 mil posiciones de tarima, con ahorros estimados de US\$44.1 en inversiones de capital. También aumentamos otras 28 mil posiciones de tarima a través de nuevos centros de distribución y expansiones.

Mediante nuestra plataforma personalizada de inteligencia artificial, desarrollamos y aplicamos algoritmos que mejoran los procesos de nuestros almacenes, con lo cual alcanzamos eficiencias notables al mejorar la asignación

de tarimas y cajas, la designación de personal y la optimización del espacio. Además, planeamos llevar estos avances a todos los territorios que tenemos presencia, para lo cual aprovecharemos las inversiones en infraestructura para optimizar toda la cadena de suministro, desde la gestión de inventarios hasta la distribución.

Nuevas inversiones en la flota primaria y secundaria durante 2023

Hemos realizado inversiones considerables en nuestras flotas primaria y secundaria, con el objetivo de atender dos retos importantes: el aumento en el volumen de producción y la necesidad de reemplazar equipos obsoletos. Realizamos estas acciones para fortalecer la continuidad operativa y mantener un alto nivel de servicio al cliente. Durante 2023, invertimos en 139 unidades primarias y 908 unidades secundarias, que cubren más de 12,000 rutas.

- 87 MM CU/año de aumento en la capacidad de manufactura a través de actualizaciones a las líneas existentes y la adquisición de nuevas líneas.
- 5 nuevas líneas y actualizaciones instaladas.
- 99 mil posiciones de tarima agregadas a la capacidad de almacenes a través de innovadoras estrategias de uso del espacio, nuevos CEDIS y la expansión de algunos ya existentes.



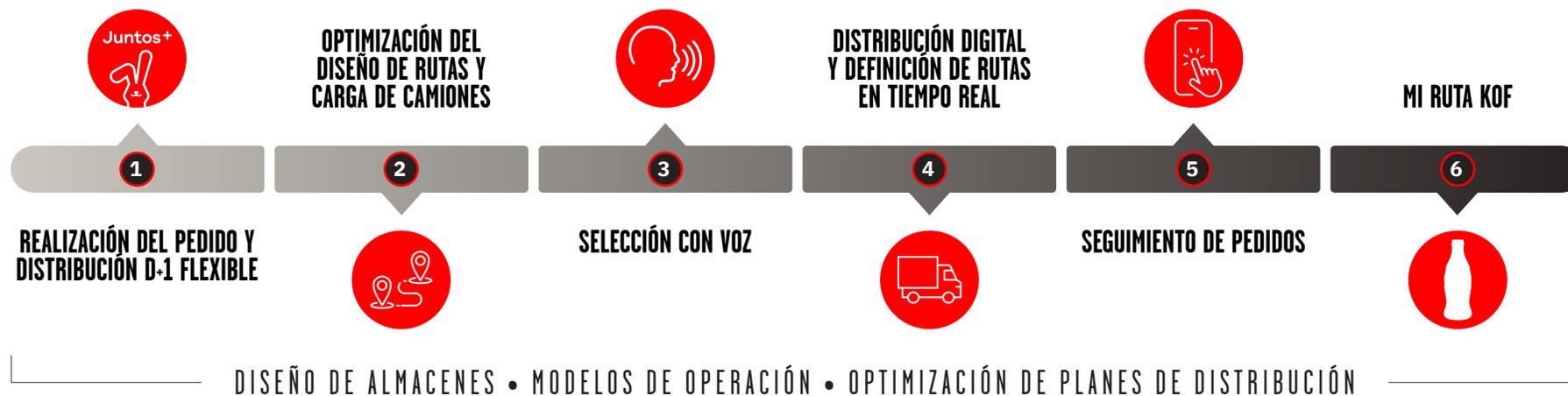
1. T1: Camiones de distribución primaria.
2. T2: Camiones de distribución secundaria.



NUEVA CAPACIDAD EN LA CADENA DE SUMINISTRO EMPODERA A JUNTOS+

La estrategia omnicanal de Coca-Cola FEMSA aprovecha las fortalezas de las nuevas capacidades de vanguardia de nuestra cadena de suministro para cumplir con la promesa de convertirnos en la plataforma comercial preferida de nuestros clientes. La meta consiste en construir una plataforma comercial omnicanal preparada para el futuro apoyada por una operación segura, digital, flexible y resiliente de la cadena de suministro. Mediante el uso de herramientas digitales y una mayor disciplina operativa, buscamos constantemente mejorar el servicio al cliente y la productividad de los equipos de entrega.

LOGRAR MAYOR EFICIENCIA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DESDE EL PEDIDO HASTA LA ENTREGA



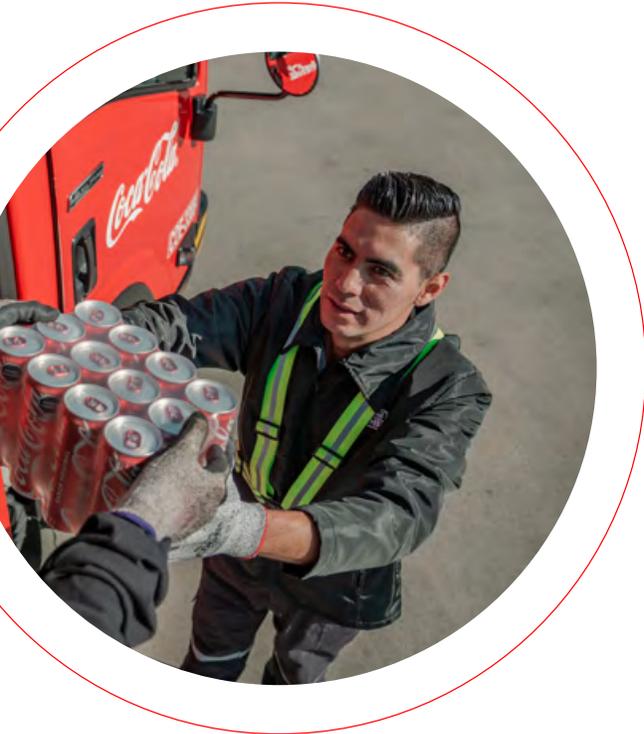
1 Realización del pedido y distribución flexible

Podemos ofrecer a nuestros clientes la posibilidad de hacer sus pedidos las 24 horas del día, los siete días de la semana, gracias a la planeación de rutas en tiempo real y dinámica que opera en toda la flota de distribución secundaria en Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Guatemala, México, Panamá y Uruguay. A través de la Torre de Control del Cliente, monitoreamos y gestionamos la totalidad de la operación comercial y de distribución, lo que permite la flexibilidad para planear las rutas de los vehículos de manera diaria, semanal y mensual, con lo que optimizamos los recursos disponibles para la entrega y las distancias recorridas para atender a nuestros clientes.

2 Optimización del diseño de rutas y carga de camiones

Planeamos cuidadosamente las rutas de entrega para resolver de manera eficiente las restricciones de movilidad y otras limitaciones. Además, nuestra técnica actualizada para cargar camiones se enfoca en mejorar la seguridad, reducir los residuos y elevar la productividad. Este proceso optimizado garantiza entregas a tiempo, eficientes y seguras, lo que es reflejo del compromiso con la excelencia operativa y la sostenibilidad.





3 Selección con voz: avances en las soluciones de selección para un almacenaje óptimo

En nuestra búsqueda de la excelencia operativa, implementamos de forma estratégica soluciones de selección avanzadas, fusionando las metodologías de selección reales y óptimas. Al aprovechar tecnologías de vanguardia como las instrucciones con voz e imágenes digitales, estas soluciones elevan los servicios de almacén a otro nivel, al habilitar el meticuloso ensamblaje de tarimas combinadas para atender los requisitos de cada cliente de forma personalizada, logrando una carga máxima y la optimización de rutas, y promoviendo una mejora en precisión y productividad. Continuamos desplegando capacidades de selección con voz en las operaciones de Brasil y México.

4 Distribución digital y definición de rutas en tiempo real

Nuestra plataforma actualizada de distribución digital abarca todo el ciclo de planeación estratégica y táctica del proceso de distribución secundaria desde analíticos hasta la planeación y ejecución de rutas. Esta plataforma incluye la trazabilidad de rutas, una aplicación web para supervisores, análisis de punta a punta para la cadena de sumi-

nistro, control digital y en tiempo real de rutas y la interacción con clientes para dar seguimiento a sus pedidos. Completamos el despliegue de distribución digital en las operaciones de Brasil, México, Costa Rica y Uruguay.

5 Seguimiento de pedidos

De manera consistente con nuestra estrategia omnicanal multicategoría, desplegamos una plataforma de seguimiento de pedidos que permite a los clientes dar seguimiento a sus pedidos, independientemente del canal comercial en que los haya hecho, desde el envío hasta la entrega.

6 Mi Ruta KOF

En México, implementamos Mi Ruta KOF, una iniciativa de negocio que procesa la información clave de distintas áreas estratégicas para generar valor agregado y facilitar la gestión operativa integrada. La iniciativa da seguimiento al desempeño a lo largo del proceso de logística, lo que permite que los supervisores puedan realizar un seguimiento más detallado, incluidos indicadores de seguridad, servicio al cliente y métricas de productividad. Mi Ruta KOF actualmente está activa en más de 20 mil rutas.

GARANTIZAR UNA EXPERIENCIA DEL CLIENTE CONSISTENTE Y DE ALTA CALIDAD EN TODOS LOS PUNTOS DE CONTACTO

Estamos enfocados en desarrollar métricas homologadas para analizar el servicio al cliente en nuestras operaciones. Al alinear las métricas, buscamos tener mayor comprensión de nuestro desempeño en servicio al cliente, lo que nos permite identificar áreas de oportunidad, mejorar la satisfacción del cliente e incluso impulsar el crecimiento en segmentos de mercado críticos.



FORTALECER NUESTRA

CULTURA CENTRADA EN EL CLIENTE

En Coca-Cola FEMSA nos hemos embarcado en un apasionante camino hacia el crecimiento, en el que cada colaborador juega un papel de vital importancia para dar forma a nuestro futuro. En este sentido, estamos fortaleciendo nuestra cultura centrada en el cliente y reorganizando la forma en que trabajamos para ser una organización a la que impulsan cada vez más las ideas ágiles y efectivas.

Nuestra trayectoria se basa en centrarnos en el cliente, con lo que garantizamos que conocemos profundamente a clientes y consumidores, y que atendemos sus siempre cambiantes necesidades. En paralelo, adoptamos un estilo de liderazgo multiplicador que empodera a los colaboradores para que puedan extender su impacto con el aprovechamiento de sus fortalezas y el desarrollo de nuestra gente. Como soporte de estos esfuerzos está el compromiso con la seguridad psicológica—un elemento fundacional que permite a los colaboradores expresar sus ideas, cuestionar las normas y hacer una contribución significativa, sin miedo a las represalias.



EVOLUCIÓN CULTURAL

Refrescamos nuestra Visión y definimos los principios de Coca-Cola FEMSA para establecer los cimientos culturales centrados en el cliente y de transformación hacia el crecimiento.

Propósito
REFRESCAR AL MUNDO EN TODO
MOMENTO, EN TODO LUGAR.

Visión renovada
SER LA PLATAFORMA COMERCIAL PREFERIDA
DE NUESTROS CLIENTES Y SOCIOS, ASÍ
COMO SU ALIADO PARA EL CRECIMIENTO,
PROMOVIENDO UN FUTURO
SOSTENIBLE.

Diez principios esenciales para llevar a Coca-Cola FEMSA hacia su ambición de crecimiento y crear la cultura y el ambiente de trabajo deseado. Estos principios los relacionamos con el cuerpo humano: La **cabeza**, pensando en poner al cliente primero. El **corazón**, que abarca cinco principios en relación a nuestra gente y finalmente las **manos**, con cuatro principios que representan con qué y cómo queremos hacer las cosas.

PRINCIPIOS COCA-COLA FEMSA

- 
1. Poner al cliente primero 

Colocamos a nuestros clientes y consumidores en el centro de nuestras decisiones. Nos esforzamos por ofrecerles una experiencia excepcional y ganarnos su preferencia.
- 
2. Valorar a nuestra gente 

Nada es más importante que la seguridad de nuestra gente. Construimos equipos de alto desempeño contratando, desarrollando y promoviendo al mejor talento. Nuestros líderes fomentan el desarrollo continuo de nuestra gente. Valoramos la diversidad en nuestros equipos.
- 
3. Hacer lo correcto 

Nos comportamos de manera ética y siempre hacemos lo correcto. Cuidamos el impacto que tienen nuestras acciones en el planeta, en las comunidades y las personas.
- 
4. Actuar como fundador 

Pensamos y actuamos para maximizar la permanencia del negocio en el largo plazo, no para obtener resultados de corto plazo. Hacemos lo que es mejor para la compañía, al margen de agendas personales o funcionales.
- 
5. Promover una mentalidad de crecimiento 

Promovemos pensar en grande en todos los aspectos de nuestro negocio. Valoramos el aprendizaje continuo y el desarrollo personal. Alentamos a nuestra gente a ser curiosa y explorar diferentes posibilidades.
- 
6. Fomentar la seguridad psicológica 

Fomentamos entornos en donde nuestra gente se sienta incluida, capaz de expresar su opinión sincera y debatir abiertamente, sin temor a represalias. Ganamos confianza comunicándonos con honestidad y transparencia entre nosotros. Los líderes deben fomentar la retroalimentación bidireccional.
- 
7. Operar con excelencia 

Operamos con los más altos estándares y somos disciplinados en todo lo que hacemos. Continuamente elevamos el nivel de exigencia en nuestros equipos, con el propósito de mejorar nuestros productos, servicios y procesos. Los líderes operan en todos los niveles y ninguna tarea está por debajo de ellos.
- 
8. Apalancar la tecnología e innovación 

Fomentamos la innovación, el uso de nuevas tecnologías e ideas que nos otorgan una ventaja en nuestro negocio. Aprovechamos los datos y la inteligencia artificial para generar una ventaja competitiva.
- 
9. Actuar con agilidad 

Somos orientados a la acción. Desafiamos la burocracia y agilizamos nuestros procesos para conseguir el menor tiempo de respuesta.
- 
10. Entregar resultados 

Ejecutamos consistentemente las métricas que son importantes para nuestro negocio. Asumimos plena responsabilidad por los resultados que entregamos.



IMPULSAR EL CRECIMIENTO A TRAVÉS DE CENTRARNOS EN EL CLIENTE

Colocar a los consumidores y clientes al centro de todo lo que hacemos

Al centro de nuestro objetivo de crecimiento está el compromiso con el enfoque en el cliente. Entender y atender las cambiantes necesidades de nuestros clientes es de fundamental importancia, ya que ello promueve la innovación, mejora la satisfacción y fortalece la lealtad.

Al colocar a nuestros consumidores y clientes al centro de todo lo que hacemos—desde el desarrollo de producto hasta el servicio de entrega—forjamos relaciones más profundas, anticipamos sus necesidades y superamos sus expectativas. Esta dedicación no sólo nos distingue en el entorno de la competitividad, también impulsa el crecimiento, lo que garantiza que nos mantengamos a la vanguardia en la industria de bebidas. El centrarnos en el cliente constituye un fuerte motor detrás de nuestra capacidad de dar forma a un futuro en el que seguimos entregando valor a cada cliente al que atendemos.

Indicador clave de la experiencia del cliente

Nos centramos en el cliente, lo que significa que comprenderlos a través de métricas robustas resulta esencial para dar forma a las estrategias y decisiones.

En Coca-Cola FEMSA, medir el servicio al cliente es un proceso meticuloso mediante el cual se aprovechan una serie

de indicadores clave de desempeño. Este enfoque integral incluye métricas de servicio al cliente en momentos clave del proceso desde la venta hasta la entrega, un Net Promoter Score (NPS) y un análisis de sentimiento impulsado por inteligencia artificial. Este enfoque nos sirve de guía para fomentar la lealtad duradera de nuestros clientes.

- **Las métricas de servicio al cliente** nos permiten evaluar y optimizar todas las interacciones con nuestros clientes, desde el pedido inicial hasta la entrega final. Este conocimiento granular nos ayuda a identificar áreas de oportunidad y asegurar un servicio de excelencia consistente.
- **El Net Promoter Score (NPS)** nos permite evaluar la lealtad y satisfacción de los clientes al medir qué tan dispuestos están a recomendar nuestros productos. Esta métrica nos describe claramente la fortaleza de la relación con el cliente y la salud general del servicio al cliente.
- **El análisis de sentimiento que utiliza IA** nos permite comprender las emociones detrás de la retroalimentación de los clientes a lo largo de varios canales. Este análisis avanzado nos sirve para comprender más a fondo las percepciones y necesidades del cliente, con lo que podemos personalizar nuestros servicios y comunicación de forma más efectiva.





HABILITAR UNA NUEVA FORMA DE TRABAJAR

Impulsado por la tecnología y la agilidad digital, el Centro Digital y de Analítica de Coca-Cola FEMSA funciona como catalizador de una nueva forma de trabajar a todo lo ancho de la compañía que alinea las necesidades de clientes, consumidores y empresas.

El Centro Digital y de Analítica de la compañía está al frente de la transformación cultural y de la construcción estratégica de capacidades. Con una mentalidad centrada en el cliente, cooperamos para crear soluciones digitales y analíticas que se integran en todas nuestras plataformas comerciales—desde Juntos+, directo al consumidor y las plataformas omnicanal indirectas, hasta los pagos digitales, política de precios y promociones.

El Centro Digital y de Analítica fomenta un proceso de colaboración para la creación y ensambla células de innovación ágiles con diversos perfiles y capacidades, con lo que se garantiza su participación desde la concepción hasta la entrega. Con la infraestructura de productos como *scrum* y *kanban*, facilitamos la entrega continua de valor en plazos cortos. Los lugares de trabajo colaborativos promueven el trabajo en equipo y crean un ambiente que fomenta la innovación. Las células de innovación ágiles no sólo aceleran la expansión de las plataformas omnicanal, también producen un valor positivo mediante un agresivo portafolio de soluciones digitales y analíticas.

Células ágiles: Soluciones centradas en el cliente

A través del modelo de creación conjunta, nuestras células ágiles están generando valor positivo a través de un portafolio agresivo de soluciones digitales y analíticas centradas en el cliente.



Aumentar las ventas

Una de las innovaciones de las células ágiles emplea algoritmos de aprendizaje automatizado para revolucionar la gestión de inventarios. Esta solución para la plataforma B2B Juntos+ nos permite pronosticar el número de productos que necesitan nuestros clientes para evitar las faltas de inventario, para lo cual aprovecha la función de pedido sugerido para potenciar el desempeño en ventas.

Optimizar la dinámica de distribución

Otra de las innovaciones de las células ágiles optimiza la planeación de la distribución utilizando aprendizaje automatizado. Esta innovación acelera la capacidad de respuesta de la entrega, con lo que mejora el servicio al cliente y la rentabilidad del negocio. La inteligencia artificial, que se emplea para calcular los tiempos de entrega, ha elevado considerablemente los niveles de servicio al cliente.

Mejorar la experiencia del usuario

La célula ágil de innovación de la aplicación Juntos+ aprovecha el conocimiento del cliente para optimizar la interfaz del usuario, para lo cual atiende las fricciones, expectativas y objetivos. El resultado es una mejor experiencia del cliente en todas las etapas—desde la búsqueda y la navegación hasta el conocimiento del producto, el pedido y la confirmación del estado de la entrega.



CONSTRUIR UN LUGAR DE TRABAJO PSICOLÓGICAMENTE SEGURO

¿Por qué promover una cultura de seguridad psicológica es fundamental para impulsar una mentalidad de crecimiento?

Promover una cultura de seguridad psicológica resulta fundamental para empoderar a todos los colaboradores para que puedan hacer una contribución asertiva al crecimiento de Coca-Cola FEMSA. Al garantizar un entorno en el que los miembros del equipo se sienten seguros para expresar sus ideas, hablar de sus preocupaciones y cuestionar los procesos, damos rienda suelta al pleno potencial de nuestros colaboradores. Esto no sólo fomenta la innovación, productividad y resolución de problemas en grupo, también profundiza la comprensión de las necesidades y expectativas de los clientes y promueve una cultura centrada en el cliente.

Transformar la cultura de la compañía: el camino hacia la seguridad psicológica

En 2023, nos embarcamos en un programa profundo para involucrar a toda la compañía en una evolución cultural hacia la seguridad psicológica. Esta estrategia integral incluye una serie de programas de capacitación, dinámicas culturales y campañas de comunicación diseñadas para permear a todos los niveles de la compañía.

Los planes de acción se adecuaron para la implementación, con un paquete de herramientas especiales desarrolladas para facilitar la participación eficiente del equipo directivo con los colaboradores en todas nuestras operaciones. Esta iniciativa también incluyó la realización de cumbres con los líderes y campañas de comunicación para fomentar los comportamientos adecuados, todo enfocado en favorecer un entorno en el que la colaboración es exitosa. A través de estos esfuerzos coordinados, estamos

sentando las bases para una cultura organizacional en la que todos los empleados tengan un sentido de pertenencia y se sientan seguros, valuados y empoderados para contribuir a nuestro crecimiento y éxito colectivos.

Alcanzar resultados históricos

Al medir sistemáticamente la seguridad psicológica dentro de la organización, buscamos desarrollar estrategias dirigidas que nos permitan avanzar en la consecución de nuestras metas.

En 2023 lanzamos la primera encuesta sobre seguridad psicológica para medir el nivel de satisfacción de los colaboradores en cuatro temas clave de seguridad psicológica que promueven el desempeño: inclusión, aprendizaje, contribución y retos. Más de 10,000 colaboradores participaron en la encuesta, con una calificación general de 61 puntos y una calificación sobresaliente de 76 puntos en seguridad de inclusión. Este resultado constituye un punto de partida útil en nuestro esfuerzo por fortalecer estos temas.

Adicionalmente, en 2023 aplicamos la encuesta bienal de satisfacción de los colaboradores en todas las operaciones. Con una participación de 93%, la encuesta arrojó resultados particularmente sobresalientes en dos dimensiones: compromiso, con 89%, y habilitación, con 83%.

Estos resultados presentan una clara guía sobre dónde debemos concentrar los esfuerzos para seguir creando un lugar de trabajo incluso mejor para todos.





IMPULSAR EL LIDERAZGO MULTIPLICADOR

¿Cómo fomenta el enfoque en un liderazgo multiplicador el potencial de nuestra compañía?

En Coca-Cola FEMSA adoptamos un enfoque de liderazgo multiplicador como catalizador del crecimiento y la innovación. Este modelo de liderazgo fortalece la inteligencia, capacidades y compromiso colectivo de nuestros equipos al preparar a las personas para ser líderes. Los líderes multiplicadores promueven un entorno en el que las ideas florecen, los retos son vistos como oportunidades de aprendizaje y se alienta a todos a que contribuyan con su pleno potencial. Al aprovechar la creatividad colectiva de la fuerza de trabajo, aceleramos el progreso hacia la consecución de las metas estratégicas, mejoramos nuestra ventaja competitiva y aseguramos que podemos entregar valor sostenible de largo plazo en la cambiante industria de bebidas.

En la intersección de la seguridad psicológica y el liderazgo multiplicador se encuentra un crecimiento sostenible acelerado: la seguridad psicológica establece los cimientos para el crecimiento y el liderazgo multiplicador lo acelera.



PROMOVER UN

FUTURO

SOSTENIBLE



ENTREVISTA CON

NUESTRA DIRECTORA DE ASUNTOS CORPORATIVOS Y NUESTRO DIRECTOR DE CADENA DE SUMINISTRO E INGENIERÍA

1. Catherine, Rafael ¿nos pueden conversar sobre el evolucionado Marco de Sostenibilidad de Coca-Cola FEMSA?

El nuevo Marco de Sostenibilidad de la compañía marca una evolución en nuestro compromiso con promover un futuro sostenible. Al centro de este marco hay siete pilares clave: agua, un mundo sin residuos, acción por el clima, portafolio de productos, abastecimiento sostenible, bienestar integral de los empleados y desarrollo comunitario. Este enfoque exhaustivo nos permite integrar la creación de valor social, económico y ambiental en cada faceta de nuestras operaciones, reconociendo el vínculo entre las prácticas sostenibles y la capacidad para generar valor de largo plazo para todos nuestros grupos de interés.

Estos pilares están apuntalados por conceptos transversales que sirven de cimiento para nuestro marco: cultura; derechos humanos; diversidad, equidad e inclusión, y ética y gobernanza. Estos conceptos garantizan que la sostenibilidad permee a toda nuestra organización. Además, enfatizan nuestro compromiso con crear un lugar de trabajo y mundo que respeta los derechos humanos, celebra la diversidad y mantiene las más altas normas éticas.



CATHERINE REUBEN
DIRECTORA DE ASUNTOS CORPORATIVOS



RAFAEL RAMOS
DIRECTOR DE CADENA DE SUMINISTRO E INGENIERÍA



Nuestra visión integral de la sostenibilidad reconoce que el verdadero progreso sólo puede alcanzarse al atender los retos de manera colectiva. Por ejemplo, nuestra iniciativa de gestión del agua va más allá de sólo conservar el agua de nuestras operaciones; incluye acciones para contribuir a la seguridad del agua para las comunidades y ecosistemas. De manera similar, nuestros esfuerzos por construir un mundo sin residuos se extienden a la creación de una economía circular que reduce nuestra huella y fomenta el reciclaje y reuso en nuestras comunidades. La acción por el clima también constituye un pilar fundamental de nuestro Marco. Coca-Cola FEMSA se ha comprometido con reducir su huella de carbono a través de la eficiencia energética, la adopción de energías renovables y el abastecimiento y logística sostenibles.

En paralelo, seguimos explorando y ofreciendo productos sin azúcar y bajos en azúcar en nuestro portafolio de productos, además de aprovechar soluciones de empaque sostenibles, lo que muestra nuestro compromiso con el cuidado del medio ambiente y el bienestar de los consumidores.

Los pilares de bienestar integral de los colaboradores y desarrollo comunitario refuerzan nuestra convicción de que la sostenibilidad se extiende a la creación de un impacto positivo en la vida de nuestra gente y las comu-

nidades a las que servimos. Al invertir en la salud, seguridad y bienestar de nuestros colaboradores y apoyar el desarrollo de nuestras comunidades, fortalecemos los cimientos sobre los que nuestra compañía y gente pueden progresar.

Nuestra pionera estrategia financiera está fuertemente alineada con nuestro Marco de Sostenibilidad, garantizando que nuestros proyectos financieros contribuyan directamente a la consecución de nuestras ambiciosas metas de sostenibilidad. Estos esfuerzos no sólo nos impulsan hacia la consecución de nuestras metas ambientales y sociales, como mejorar la eficiencia hídrica, aumentar el uso de energía renovable y reducir las emisiones de carbono, también refuerzan nuestro compromiso con promover el bienestar económico, ambiental y social a todo lo largo de nuestra cadena de valor. A través de nuestro Bono Verde, Bono Vinculado a la Sostenibilidad y Bonos de Sostenibilidad en México, estamos invirtiendo en el futuro.

El Marco de Sostenibilidad evolucionado de Coca-Cola FEMSA es más que sólo un plan de acción; es una estrategia integral que coloca a nuestros compromisos sociales, económicos y ambientales en el centro de nuestro modelo de negocio, lo que nos permite enfrentar los retos de hoy y, al mismo tiempo, sentar las bases para un futuro sostenible e inclusivo.





AL TRABAJAR DE CERCA CON NUESTRAS COMUNIDADES, NO SÓLO CONTRIBUIMOS A MEJORAR EL DESARROLLO LOCAL, TAMBIÉN CONTRIBUIMOS A LA CONSECUCCIÓN DE NUESTRAS AMBICIOSAS METAS AMBIENTALES.

2. Catherine ¿nos puedes compartir cómo el compromiso de Coca-Cola FEMSA con el desarrollo comunitario impulsa tanto al bienestar local como a las metas de sostenibilidad de la compañía?

En Coca-Cola FEMSA comprendemos que nuestro éxito está inherentemente ligado con el desarrollo de nuestras comunidades locales. Nuestro enfoque en el compromiso con la comunidad no se refiere sólo a ser un buen vecino; también se trata de fomentar alianzas que provean beneficios duraderos tanto para la comunidad como para nuestra empresa. Además, este compromiso se extiende a lo largo de nuestra cadena de valor, desde proveedores hasta clientes y socios comerciales, con lo que garantizamos que podamos seguir entregando valor económico y, al mismo tiempo, generar desarrollo social a través de nuestras operaciones.

Nuestra Metodología de Atención a Riesgos y Relacionamiento Comunitario (MARRCO) constituye los cimientos de nuestros esfuerzos por construir sólidas relaciones ganar-ganar con nuestras comunidades vecinas. MARRCO nos sirve de guía para desarrollar Planes de Relacionamiento Comunitario integrales, enfocados en programas y actividades que responden directamente a las necesidades de la comunidad y, al mismo tiempo, garantizan la sostenibilidad y crecimiento de nuestra compañía. Nuestra meta para el 2030 es implementar Planes de Relacionamiento Comunitario basados en la metodología MARRCO en todos los sitios prioritarios, lo que subraya nuestro compromiso con este enfoque colaborativo.

Al trabajar de cerca con nuestras comunidades, no sólo contribuimos a mejorar el desarrollo local, sino que también contribuimos a la consecución de nuestras ambiciosas metas ambientales, incluidas la gestión del agua, la recolección de PET y las metas de acción por el clima. Adicionalmente, dado que comprendemos que alcanzar nuestra visión de sostenibilidad requiere de acciones colectivas, también buscamos construir alianzas más allá de nuestras comunidades locales, incluyendo entidades gubernamentales, pares en la industria y organizaciones ambientales. Estas alianzas son de vital importancia y nos permiten extender nuestro impacto.



3. Catherine, Rafael, ¿nos pueden describir el impacto de la estrategia de gestión del agua de nuestra compañía, más allá de nuestras operaciones?

En Coca-Cola FEMSA hemos emprendido una estrategia integral de gestión del agua que trasciende nuestras operaciones. Nuestra meta incluye un compromiso doble: mejorar nuestra eficiencia hídrica dentro de las plantas embotelladoras y extender nuestros esfuerzos mucho más allá, con la protección de las cuencas y contribución a brindar a las comunidades en las que operamos un mejor acceso al agua.

Nuestro compromiso con la eficiencia operativa es primordial. Cada año invertimos en tecnologías de vanguardia y mejores prácticas con el propósito de reducir la tasa de uso de agua (WUR), lo que demuestra nuestra determinación de minimizar nuestra huella ambiental. Nuestro compromiso más amplio se fundamenta en el entendimiento de que el verdadero cuidado integral del agua incluye no sólo la conservación sino también la reposición y el compromiso con la comunidad.

En colaboración con nuestros socios, incluidos los gobiernos locales, ONG y alianzas internacionales, estamos liderando proyectos que revitalizan las cuencas locales. Desde iniciativas de reforestación hasta la construcción de infraestructura sostenible de agua, nuestros proyectos están diseñados para reponer más agua que la que consumimos. Tenemos el firme compromiso de alcanzar un impacto neto positivo.

Parte central de nuestra estrategia es la convicción de que el agua es fundamental para las comunidades. En las regiones afectadas por la escasez de agua, colaboramos activamente con The Coca-Cola Company, Fundación Coca-Cola y la Fundación FEMSA para crear juntos programas innovadores que proveen acceso a soluciones de agua potable, saneamiento e higiene (WASH). A través de estas iniciativas, no sólo estamos mejorando el acceso al agua, también contribuimos al desarrollo comunitario. En un mundo en el que la escasez de agua presenta un desafío cada vez más importante, nuestra trayectoria en el cuidado del agua se enfoca en la innovación, colaboración y fuerte compromiso con nuestras comunidades.

SOMOS UNA REFERENCIA GLOBAL EN EFICIENCIA HÍDRICA CON 1.42 LITROS DE AGUA UTILIZADA POR LITRO DE BEBIDA PRODUCIDA.

+100% DEL AGUA QUE EMPLEAMOS EN 2023 EN NUESTRAS BEBIDAS FUE REPUESTA A TRAVÉS DE PROYECTOS DE REABASTECIMIENTO.





4. Catherine, Rafael, ¿cuál es el enfoque de Coca-Cola FEMSA para avanzar en el pilar estratégico de un mundo sin residuos?

Nuestro primer enfoque lo constituye nuestro compromiso con alargar el ciclo de vida de nuestros empaques. En 2023, 32% de nuestro volumen se generó con botellas retornables, lo que está por encima de la meta del Sistema Coca-Cola, que es de 25% para el 2030. Estamos comprometidos con mejorar esta iniciativa, garantizando los beneficios que ofrecen nuestros empaques retornables para el medio ambiente y nuestros consumidores siguen creciendo.

Además, nuestra meta es utilizar al menos 50% de resina reciclada de PET en nuestros empaques para el 2030. En 2023, establecimos una nueva línea de referencia al utilizar 109.89 mil toneladas de rPET en nuestros empaques, lo que constituye un aumento de 32% en comparación con el año previo y nos mantiene en buen camino para alcanzar nuestra meta. Nuestros esfuerzos también incluyen diseñar botellas de menor peso y más eficientes, que requieren de menos materiales sin perder la calidad e integridad de nuestros productos.

El inicio de operaciones en 2024 de PLANETA, nuestra nueva planta de reciclaje de PET en Tabasco, México, en conjunto con ALPLA, se perfila como un hito importante en nuestra historia. Diseñada para procesar 50,000 toneladas de PET anualmente, la planta contribuirá de forma significativa a la consecución de nuestra meta de alcanzar la autosuficiencia en materiales de empaque sostenibles.

Además de aumentar el uso de resina reciclada, también priorizamos la capacidad de reciclaje de nuestros empaques. Nuestras botellas están hechas en 98% de materiales reciclables. Esto incluye la transformación de las botellas de Sprite en 2023, que pasaron de ser verdes a ser transparentes para mejorar su eficiencia de reciclaje.

Nuestros esfuerzos por incorporar materiales reciclados van más allá de sólo PET; utilizamos 36% de vidrio reciclado, con nuestras operaciones de Colombia y Centroamérica a la delantera, y 64% de aluminio reciclado, con Brasil y Argentina en un impresionante nivel de 76%.

Reconocemos que a través de acciones colectivas podemos lograr un mayor impacto en nuestros esfuerzos por construir un mundo sin residuos. Por ejemplo, a través de nuestra larga alianza con ECOCE, hemos contribuido a elevar la tasa nacional de recolección nacional de PET en México a 62.8%, lo que está a la par de los niveles de la Unión Europea. Este enfoque de cooperación también incluye educar a las comunidades sobre la adecuada separación de residuos, mejorar los procesos de reciclaje y establecer sistemas de recolección de PET efectivos. Al promover la participación de la comunidad y fortalecer alianzas, buscamos aumentar la infraestructura de reciclaje y apoyar a los recolectores locales de PET, lo que constituye una medida fundamental para alcanzar nuestra meta de recolectar el equivalente al 100% del PET que utilizamos.

A través de estas iniciativas extensas e integrales, no sólo estamos trabajando hacia alcanzar un mundo sin residuos; también estamos demostrando la efectividad del enfoque integral en la construcción de una economía circular resiliente.

ESTAMOS AVANZANDO EN LA CONSTRUCCIÓN DE PLANETA, NUESTRA NUEVA PLANTA DE RECICLAJE DE PET EN TABASCO, MÉXICO, QUE TIENE CAPACIDAD PARA PROCESAR 50,000 TONELADAS DE BOTELLAS DE PET POST CONSUMO ANUALMENTE.



5. Rafael, ¿cómo avanza Coca-Cola FEMSA en su estrategia de movilidad sostenible, en particular con la introducción de un nuevo vehículo eléctrico diseñado para la industria de bebidas?

En octubre de 2023, Coca-Cola FEMSA dio un importante paso adelante en su ambicioso trayecto hacia la movilidad verde al lanzar un programa piloto de ocho meses de duración que incluye un nuevo camión eléctrico desarrollado en asociación con BYD. Este vehículo, el primero de su tipo en el mundo diseñado específicamente para la industria de bebidas, simboliza nuestra visión de combinar procesos de entrega centrados en el cliente con el cuidado del medio ambiente. El diseño del camión satisface las demandas únicas de nuestras operaciones acomodando 14 tarimas estándar, con flexibilidad para otras configuraciones. Esta innovación, desarrollada en conjunto con BYD, representa un importante paso en nuestro compromiso con la movilidad verde.

Dada la amplia escala de nuestras operaciones, que cuentan con más de 1,750 rutas de entrega D2C directo al consumidor, la adopción de vehículos eléctricos en nuestra flota representaría un paso importante hacia la reducción sustancial de nuestra huella de carbono. Este programa piloto es una iniciativa prometedora que se incluye en nuestra estrategia de movilidad sostenible.

Además de las alternativas de movilidad eléctrica, nuestra búsqueda de la excelencia operativa a través de la optimización dinámica de rutas, telemetría avanzada y tecnologías digitales continúa refinando nuestras estrategias de distribución, mejorando la utilización de la flota y la seguridad y reduciendo el impacto ambiental. Al desarrollar alianzas globales, análisis avanzados como el costo total de propiedad y protocolos de prueba homologados, estamos direccionando nuestra flota de manera integral hacia la movilidad sostenible.

ESTAMOS PROBANDO EN LA CIUDAD DE MÉXICO EL PRIMER CAMIÓN ELÉCTRICO DEL MUNDO DISEÑADO ESPECÍFICAMENTE PARA SATISFACER LAS DEMANDAS ÚNICAS DE LA INDUSTRIA DE BEBIDAS.





NUESTROS ESFUERZOS DE SOSTENIBILIDAD ESTÁN INSPIRADOS EN EL COMPROMISO DE NUESTRA EMPRESA DE CREAR VALOR ECONÓMICO Y SOCIAL Y, SIMULTÁNEAMENTE, GENERAR BIENESTAR AMBIENTAL.

6. Catherine, ¿puedes contarnos cómo respondió Coca-Cola FEMSA a los desafíos planteados por el huracán Otis en Acapulco?

Coca-Cola FEMSA tiene una larga trayectoria de demostrar un profundo compromiso para ayudar a las comunidades afectadas por desastres naturales en las comunidades donde operamos. Este compromiso permanente es una piedra angular de nuestro espíritu corporativo y guía nuestras acciones e iniciativas. Es con este mismo espíritu de responsabilidad que enfrentamos el catastrófico impacto del huracán Otis en Acapulco, el más fuerte que jamás haya azotado la costa del Pacífico de México.

Tras la devastación sin precedentes provocada por el huracán Otis, Coca-Cola FEMSA adoptó una postura proactiva para contribuir a los esfuerzos de recuperación y resiliencia en Acapulco, movilizando recursos y reafirmando nuestra conexión integral con la comunidad.

Como primer paso, dado que reconocimos que había una urgente necesidad de agua potable, proporcionamos rápidamente más de 120,000 litros de agua embotellada a los afectados. Además, para atender la escasez de agua, desplegamos dos vehículos de tratamiento de agua VenXAgua, cada uno con capacidad para purificar 48,000 litros de agua diarios, facilitando el acceso a agua limpia para beber y preparar alimentos.

Actualmente estamos invirtiendo Ps. 575 millones para la reconstrucción de nuestras instalaciones de Acapulco y el apoyo a las comunidades. Esta inversión no se trata sólo de restaurar nuestra capacidad operativa, sino que forma parte también de nuestros esfuerzos para contribuir a revitalizar la economía local. A través de estas acciones, en Coca-Cola FEMSA estamos demostrando nuestra inquebrantable dedicación al bienestar económico, social y ambiental de las comunidades en las que operamos.



EL CAMINO DE COCA-COLA FEMSA HACIA EL CRECIMIENTO SOSTENIBLE E INCLUSIVO

Crecimiento sostenible: Prioridad central y principio guía de Coca-Cola FEMSA

En Coca-Cola FEMSA, nuestras prioridades estratégicas incorporan principios de sostenibilidad de dos maneras complementarias.

Primero, estos principios sirven como un lineamiento básico para asegurar que cada decisión y su subsecuente impacto se adhieran a prácticas sostenibles. Este compromiso garantiza que nuestro crecimiento sea sostenible e inclusivo y que beneficie a todos los grupos de interés involucrados.

Segundo, la sostenibilidad se mantiene como una prioridad central en su propio derecho: un compromiso con marcar una diferencia de forma activa. Tomamos la decisión propositiva de hacer la distinción entre ello y nuestros lineamientos más amplios sobre sostenibilidad para enfatizar nuestro compromiso con tomar medidas proactivas hacia un futuro más sostenible. Nuestro compromiso va más allá del cumplimiento. Buscamos la promoción intencional de una cultura de acción que logra resultados palpables a todo lo ancho de nuestra organización y cadena de valor.

Nuestra cultura de acción

En años recientes, hemos llevado a cabo una profunda transformación en cuanto a sostenibilidad que involucra a todas las partes de nuestra operación. Nuestro objetivo consistió en alinearnos no sólo con estándares locales sino también con mejores prácticas globales, sentando nuevos referentes en nuestros mercados. En este sentido, hemos establecido prioridades de sostenibilidad basadas en estudios de materialidad y adaptadas a nuestra estrategia de capital para apoyar el desarrollo sostenible, en parte a través de bonos verdes, sociales y vinculados a la sostenibilidad.

Un Comité de Sostenibilidad creado específicamente para ello dirigió esta transformación. Nuestro equipo directivo estuvo a la cabeza de este proyecto, incluidos nuestro CEO y CFO y las personas responsables de las direcciones de Operaciones, Recursos Humanos, Cadena de Suministro e Ingeniería, y de Asuntos Corporativos, además de miembros del equipo de sostenibilidad de FEMSA. Las perspectivas diversas y bien informadas del comité permitieron garantizar un enfoque integral e incluir una cultura de acción en nuestra visión de la sostenibilidad.



LAS PRINCIPALES CONSIDERACIONES EN NUESTRA TRANSFORMACIÓN EN SOSTENIBILIDAD:

1. Integrar a la sostenibilidad en todas nuestras actividades fundamentales de negocio para inculcar una nueva manera de trabajar en Coca-Cola FEMSA.
2. Equilibrar los mejores esfuerzos en todas nuestras prioridades ambientales, sociales y de gobierno corporativo.
3. Impulsar el cambio desde nuestro liderazgo, fomentando una toma de decisiones enérgica y una responsabilidad compartida en la promoción de iniciativas en sostenibilidad.
4. Considerar todas las fuentes de valor y el costo de la inacción, equilibrando los incentivos financieros inmediatos con el valor de largo plazo que implica el progresar en sostenibilidad.
5. Garantizar la transparencia y definir métricas claras que puedan extenderse rápidamente a todo lo ancho de la organización.
6. Amplificar la gestión del cambio a través de capacitaciones, comunicando la estrategia de sostenibilidad corporativa a grupos de interés clave y darles las capacidades para implementar el cambio.



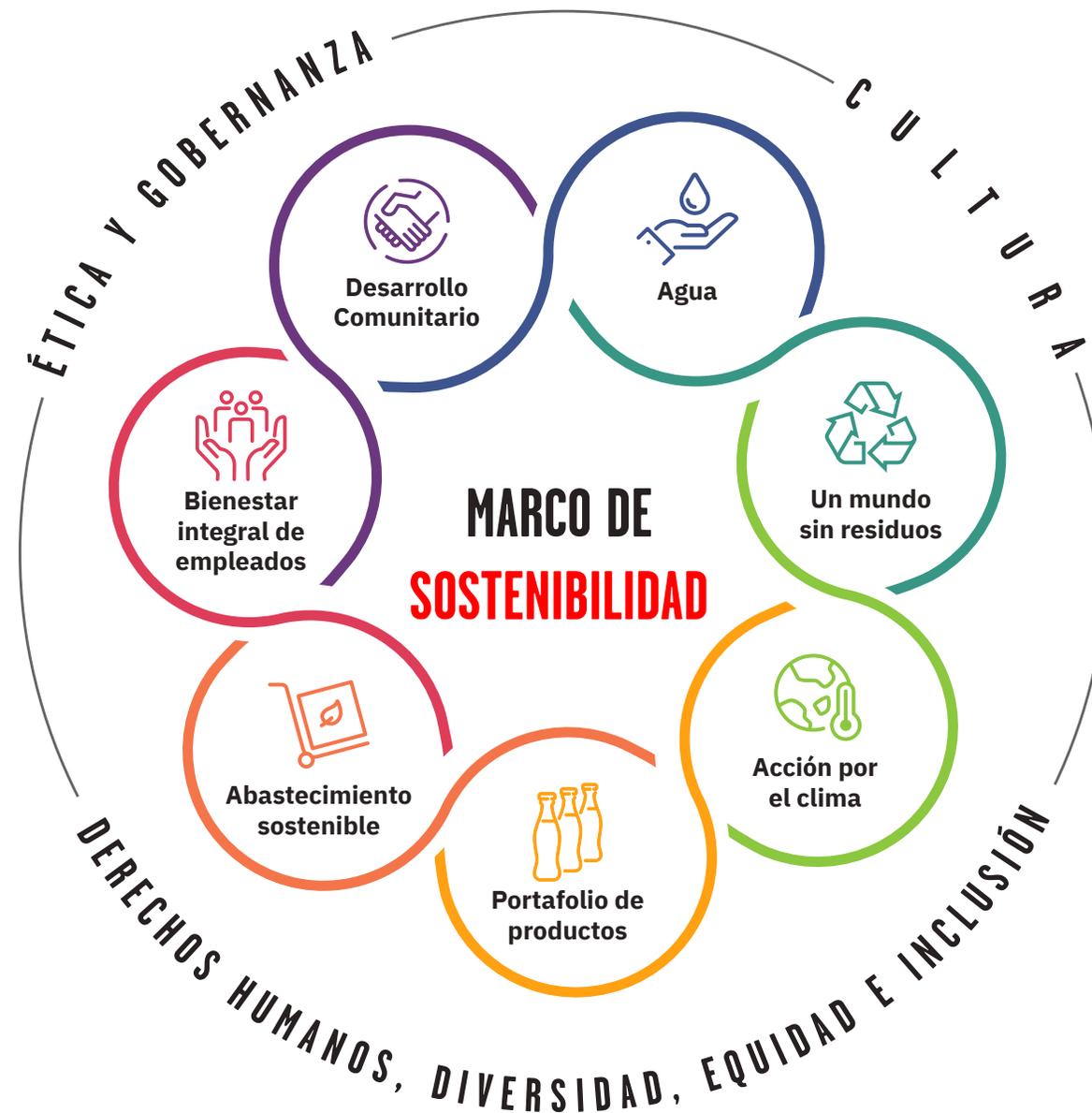
MARCO PARA UN FUTURO SOSTENIBLE

La evolución del Marco de Sostenibilidad de Coca-Cola FEMSA

Recientemente actualizamos nuestro Marco de Sostenibilidad, fortaleciendo los cimientos sentados por nuestro modelo estratégico previo. Este marco mejorado ahora se alinea de manera más precisa con la dirección estratégica tanto de FEMSA como de The Coca-Cola Company, lo que garantiza un enfoque uniforme en la sostenibilidad que resuena con nuestros valores centrales y objetivos de negocio. Gracias a que refinamos nuestro enfoque, estamos mejor posicionados para atender los retos actuales y aprovechar las oportunidades futuras, impulsando el crecimiento e impacto sostenibles en todos los aspectos de nuestras operaciones.

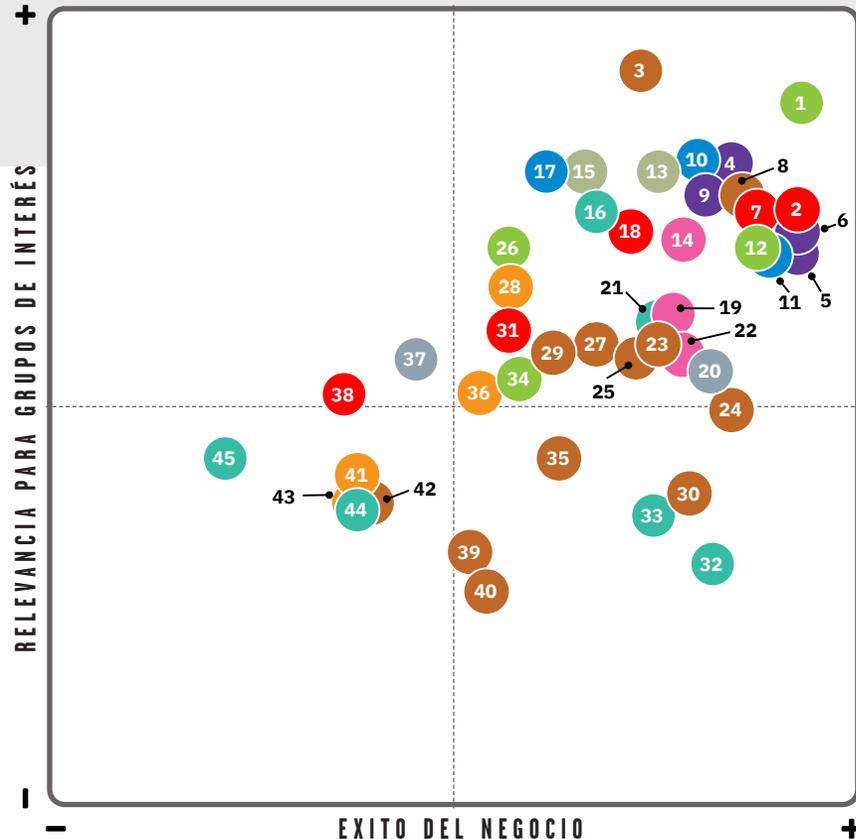
Para actualizar nuestro Marco de Sostenibilidad realizamos un estudio integral, en colaboración con un tercero independiente, en el que participaron 300 personas de los países en los que tenemos operaciones. Este proceso

incluyó entrevistas con nuestro equipo directivo corporativo y con sus equipos correspondientes para obtener perspectivas detalladas. Adicionalmente, llevamos a cabo sesiones de trabajo con líderes de la organización cuyos roles ejercen una influencia considerable en las prácticas de sostenibilidad de toda la compañía, y realizamos foros en los que participaron las principales áreas funcionales corporativas para fomentar una relación más extensa. También se integraron perspectivas externas a través de entrevistas con inversionistas y otras herramientas de investigación, lo que nos permite tener una visión integral. Finalmente, FEMSA participó activamente en la revisión final de las prioridades, enfocándose particularmente en gobierno corporativo, para alinear nuestros esfuerzos de sostenibilidad con los objetivos estratégicos y las expectativas de nuestros grupos de interés.





PRIORIDADES EN SOSTENIBILIDAD



Estudio de materialidad

Nuestro detallado estudio de materialidad se alinea con las prioridades en materia de sostenibilidad tanto en términos de las expectativas de nuestros grupos de interés como de los objetivos de largo plazo del Marco de Sostenibilidad. Este enfoque garantiza que tengamos una estrategia y acciones de sostenibilidad bien dirigidas y de alto impacto, adecuadas para la cambiante dinámica de nuestro ambiente de negocios y los grupos de interés.

Como parte del proceso para identificar los temas materiales, analizamos nuestra

matriz de riesgos de negocio y revisamos tanto la estructura de gobierno corporativo de FEMSA como las prioridades con The Coca-Cola Company. También tomamos en cuenta lo que los expertos en sostenibilidad consideran que son los temas clave para la industria de bebidas, realizamos un análisis comparativo detallado de nuestros pares en la industria e incluimos consideraciones de grupos de interés externos como algunas ONG y la opinión pública. Como resultado de esta evaluación realizamos un mapa estratégico e identificamos 45 temas clave y 17 prioridades materiales dentro de nuestro Marco de Sostenibilidad, mismos

que integramos en el proceso de gestión de riesgos de la compañía, que es revisado y aprobado por el equipo directivo.

Actualmente estamos en proceso de actualizar nuestra matriz de materialidad y prioridades. Si bien éste es un proceso en curso, hemos avanzado considerablemente con la redefinición de la metodología y criterios para garantizar una relación integral con grupos de interés y un análisis robusto. Publicaremos la matriz y prioridades actualizadas en nuestro Informe Integrado 2024.

● ACCIÓN CLIMÁTICA

- 4 Reducción de emisiones CO₂e
- 5 Movilidad sostenible
- 6 Adaptación al cambio climático
- 9 Gestión de energía: Renovables y eficiencia

● AGUA

- 10 Acceso a agua, saneamiento e higiene (WASH)
- 11 Seguridad hídrica basada en el contexto
- 17 Eficiencia en agua

● UN MUNDO SIN RESIDUOS

- 1 Economía circular de los empaques
- 12 Participación de los consumidores en la economía circular
- 26 Economía circular de los residuos industriales
- 34 Participación de los clientes en la economía circular

● PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

- 2 Atributos nutricionales del portafolio de productos
- 7 Diversificación del portafolio de productos
- 18 Publicidad y prácticas comerciales

- 31 Promoción de hábitos saludables
- 38 Información y productos de calidad

● ABASTECIMIENTO SOSTENIBLE

- 28 Organismos genéticamente modificados (OGM) y trazabilidad de los ingredientes
- 36 Apoyo a las cadenas de valor locales
- 41 Gestión de la relación con proveedores
- 43 Responsabilidad ambiental en la producción de lácteos

● DESARROLLO DE LA COMUNIDAD

- 14 Apoyo a pequeños negocios
- 19 Empoderamiento de la mujer
- 22 Relación con comunidades locales

● BIENESTAR INTEGRAL DE LOS EMPLEADOS

- 16 Seguridad, salud y bienestar
- 21 Relaciones laborales
- 32 Atracción de talento
- 33 Compensación y beneficios
- 44 Capacitación y desarrollo
- 45 Oportunidades para los jóvenes

● ÉTICA Y GOBIERNO CORPORATIVO

- 3 Integridad y cumplimiento global
- 8 Relación con el gobierno
- 23 Normas para contratistas
- 24 Mejores prácticas en el Consejo
- 25 Seguridad de la información y ciberseguridad
- 27 Alianzas para la sostenibilidad
- 29 Digitalización de los procesos de los clientes
- 30 Gestión integral de riesgos
- 35 Código de conducta
- 39 Medición de la satisfacción del cliente
- 40 Calidad del servicio al cliente
- 42 Mecanismo para reportar preocupaciones de clientes

● DERECHOS HUMANOS Y DIVERSIDAD, EQUITAD E INCLUSIÓN

- 13 Derechos humanos y laborales
- 15 Diversidad, equidad e inclusión

● CULTURA

- 20 Cultura, ética y valores
- 37 Seguridad vial



CONTRIBUCIÓN A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS

Nos hemos comprometido a contribuir a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas. Si bien muchas de nuestras acciones contribuyen a los 17 ODS, la mayor oportunidad de tener un impacto con base en el progreso que alcancemos en nuestro Marco de Sostenibilidad se encuentra en estos catorce objetivos:



Estamos colaborando con Fundación FEMSA en iniciativas sociales en nuestras comunidades, con un enfoque en la primera infancia y estilos de vida saludable.



Nos enfocamos en la salud, seguridad y bienestar de nuestros colaboradores, clientes, consumidores y comunidades a través de nuestras prioridades sociales internas y externas. Con ello, reforzamos nuestro compromiso con el valor económico y bienestar social y ambiental. Además, ofrecemos un portafolio diverso de bebidas, incluidas cada vez más opciones sin azúcar y bajas en azúcar, y llevamos a cabo estrategias de mercadotecnia responsables.



En línea con nuestra meta de mejorar la diversidad de género a todos los niveles de la organización, estamos desplegando iniciativas para aumentar la representación de mujeres en todas nuestras operaciones. Nuestra meta para 2030 es que las mujeres representen el 40% de los puestos de liderazgo y dirección. También estamos implementando programas para fomentar el empoderamiento financiero y digital de las mujeres en el comercio tradicional.



Estamos comprometidos con el uso eficiente del agua, la conservación de las cuencas y el acceso seguro de nuestras comunidades a agua potable. Tenemos como meta para el 2025 el desarrollar en conjunto con nuestras comunidades y grupos de interés un proyecto de acceso o reposición de agua en todos los sitios prioritarios, regresando a la naturaleza, de manera local, el 100% del agua que utilizamos.



Buscamos tener una amplia estrategia de eficiencia energética a todo lo ancho de nuestras operaciones y a lo largo de la cadena de valor, integrando fuentes de energía renovable y tecnologías para reducir las emisiones de CO₂ e en línea con nuestro compromiso de acción climática.



Buscamos un crecimiento económico sostenible basado en utilizar de forma eficiente los recursos, fomentar un ambiente laboral para el desarrollo profesional integral, crear empleos en mercados emergentes y aplicar prácticas de abastecimiento sostenible. Adicionalmente, desarrollamos iniciativas comunitarias enfocadas en el empoderamiento para estimular la resiliencia y reactivación de las economías locales.



Integramos la innovación digital para ofrecer valor agregado a la cadena de valor, incluidos programas de capacitación diseñados para empoderar a los clientes con avances en tecnología que mejoran la eficiencia general. Además, trabajamos para mejorar nuestro desempeño en sostenibilidad y promover la innovación en la industria al enfocarnos en aspectos clave como la gestión del agua, la eficiencia energética y la reducción de nuestra huella de carbono a todo lo largo de la cadena de valor.



El objetivo de nuestro trabajo con pequeñas empresas locales en nuestra extensa cadena de valor de proveedores, clientes y otros grupos de interés es mejorar su inclusión financiera y digital. De forma paralela, nos enfocamos en contribuir a proporcionar a nuestras comunidades agua potable, mejor saneamiento y educación en higiene.



En línea con nuestra prioridad de compromiso con la comunidad, nos enfocamos en promover el desarrollo de las comunidades en las que operamos y a las que atendemos. Nuestra mentalidad y enfoque en todas las acciones colaborativas en todas nuestras operaciones consiste en desarrollar soluciones sostenibles adaptadas a las necesidades locales.



Con el apoyo y responsabilidad compartida de grupos de interés en nuestra cadena de valor, estamos bien posicionados para implementar de manera efectiva una estrategia integral de economía circular. Nuestra ambiciosa meta para el 2030 requiere no sólo que recolectemos el equivalente a 100% de las botellas de PET que ponemos en el mercado, sino también que implementemos un enfoque más amplio de una economía circular basada en el mercado para otros materiales de empaque como vidrio y latas de aluminio, con lo que garantizamos prácticas sostenibles en todo nuestro portafolio.



Tenemos el compromiso de reducir nuestras emisiones de alcance 1 y 2 en 50% para el 2030 y de reducir las emisiones de alcance 3 de la cadena de valor en 20%, todo en línea con la iniciativa de Objetivos Basados en Ciencia (SBTi por sus siglas en inglés) vs. 2015. Para cumplir con estas metas, hemos establecido iniciativas para migrar los activos operativos relevantes a alternativas de menores emisiones y estamos lanzando varias iniciativas para atender las emisiones a todo lo largo de nuestra cadena de valor.



Dada la creciente urgencia de realizar acciones conjuntas sobre el agua en la cadena de valor, nuestra estrategia integral del agua se enfoca en la eficiencia, el reabastecimiento y el acceso al agua. Como líderes en nuestra industria en eficiencia en agua, contribuimos a la conservación de hábitats naturales y biodiversidad que dependen de ecosistemas de agua equilibrados. Además, nuestro compromiso de gestión social del agua protege el derecho de las personas a contar con este recurso y busca contribuir a su disponibilidad para generaciones presentes y futuras.



Nuestro gobierno corporativo y conducta empresarial no sólo cumplen cabalmente con las regulaciones que nos aplican en los países en los que operamos, basados en nuestro Código de Ética, sino que también sirven de modelo para otras instituciones. En el trato con nuestros proveedores, aplicamos los principios guía que se enfocan en las categorías de contribuciones estratégicas entre las que se incluyen derechos humanos, protección del medio ambiente y derechos laborales, y establecemos la norma en cuanto a prácticas éticas y de conducta empresarial responsable que esperamos sirvan de inspiración y motivación en nuestra propia industria y en otras.



Reconocemos que los retos complejos y en constante cambio requieren de soluciones innovadoras y de colaboración. Por ello, nos asociamos con compañías, autoridades, ONG e instituciones para maximizar nuestro impacto.



RECONOCIMIENTOS EN SOSTENIBILIDAD

1ª COMPAÑÍA MEXICANA

en obtener la aprobación de la iniciativa de Objetivos Basados en la Ciencia (SBTi por sus siglas en inglés) para nuestras metas de reducción de emisiones GEI



DJSI

Coca-Cola FEMSA incluido en el *Dow Jones Sustainability MILA Pacific Alliance Index* por sexto año consecutivo.

S&P Dow Jones Indices

A Division of **S&P Global**

4º AÑO CONSECUTIVO

y sexto en una década, en el Anuario Global de Sostenibilidad de S&P

Sustainability Yearbook Member 2023

S&P Global

5º AÑO CONSECUTIVO

en el Índice de Igualdad de Género de Bloomberg



4º AÑO

de reconocimiento como uno de los mejores lugares LGBTQ+ para trabajar que otorgan Human Rights Campaign Foundation y HRC Equidad MX: Programa Global de Equidad Laboral



Primera planta de reciclado de PET botella a botella en Latinoamérica.

2004



Definimos nuestras Metas de Sostenibilidad para 2020.

2015



Emitimos el bono verde más grande para una empresa Latinoamericana y el primero del Sistema Coca-Cola.

Primera compañía mexicana y la tercera en Latinoamérica en obtener la aprobación de SBTi.

2020



Primera empresa del sector de consumo en las Américas y del Sistema Coca-Cola en emitir bonos sociales.

2022



2012
Formamos parte del Dow Jones Sustainability™ Emerging Markets Index y del IPC Sustentable de la BMV.



2017

Publicamos el primer Informe Anual Integrado de Coca-Cola FEMSA.



2021

Emisión en el mercado mexicano de un bono ligado a la sostenibilidad, con enfoque en eficiencia hídrica.



2024

Nueva planta de reciclaje de PET grado alimenticio en Tabasco, México, conocida como PLANETA.



AGUA

En Coca-Cola FEMSA no sólo buscamos mejorar la eficiencia hídrica en nuestras operaciones sino también contribuir a la reposición del agua y garantizar el acceso a ésta en las comunidades a las que atendemos. Nuestro enfoque multifacético incluye rigurosas evaluaciones de agua, esfuerzos de reabastecimiento dirigidos y la promoción de la resiliencia comunitaria, lo que subraya nuestro compromiso con salvaguardar los recursos hídricos para las generaciones futuras.



Establecer la norma global para eficiencia hídrica en nuestra industria

Nuestro compromiso consiste en acelerar las acciones requeridas para garantizar la seguridad sostenible del agua en nuestras operaciones, cuencas y comunidades a las que atendemos. En línea con este compromiso, hemos establecido tres objetivos para nuestra estrategia de gestión del agua:

1. Mejorar la eficiencia hídrica en nuestras operaciones.
2. Reabastecer el agua en nuestras geografías.
3. Proveer acceso al agua, saneamiento e higiene (WASH) para las comunidades locales.

Nuestro Enfoque	Nuestras Metas	¿Cómo identificamos nuestros riesgos hídricos?	Nuestro estándar
Eficiencia	<p>1.36 litros de agua por litros de bebida producida para 2024.</p> <p>Cumplimiento al 100% de los parámetros de The Coca-Cola Company y locales para la descarga de agua.</p>	<p>Evaluación de riesgos hídricos</p> <p>Centrarse en la disponibilidad de agua, infraestructura, cumplimiento normativo, percepción de la comunidad, estado de bienestar y costo del agua.</p>	<p>Alliance for Water Stewardship (AWS)</p> <p>Directrices para la gestión responsable del agua a través de un marco integral y un sistema de certificación.</p>
Acceso	<p>100% de plantas de manufactura prioritarias con la certificación AWS en 2026.</p>	<p>MARRCO</p> <p>El modelo MARRCO comprende la gestión de riesgos y el compromiso de la comunidad, que ayuda a guiar e informar nuestro compromiso generador de valor actividades y programas con nuestras comunidades locales.</p>	
Reabastecimiento	<p>Asegurar para 2030:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 100% reabastecimiento en zonas de alto estrés. • Acceso al agua en las operaciones de Coca-Cola FEMSA • Contribuir a promover el acceso al agua a comunidades claves en zonas prioritarias. 		

PARTICIPACIÓN EN EL CEO WATER MANDATE



CEO WATER MANDATE

En 2023 reforzamos nuestro compromiso con el uso cuidadoso y eficiente de los recursos hídricos al unirnos al CEO Water Mandate. Esta iniciativa, cuyo objetivo es movilizar a los líderes empresariales,

colabora con las Naciones Unidas y otras entidades para atender los retos globales del agua. A través de ella, colaboraremos para mejorar la resiliencia hídrica en nuestras operaciones y cadenas de suministro y trabajaremos para alcanzar un impacto positivo colectivo en los recursos hídricos en por lo menos 100 cuencas vulnerables para el 2030.

Coca-Cola FEMSA no opera en ningún área natural protegida. Sin embargo, considerando lo que establecen el CEO Water Mandate y la Alliance for Water Stewardship, nos aseguramos de identificar áreas naturales en cuencas cercanas a nuestras operaciones.

En línea con nuestro compromiso, mantenemos prácticas de gestión sostenible del agua con base en los 5 resultados de Alliance for Water Stewardship (AWS): Buena Gobernanza del Agua, Balance Hídrico Sostenible, Buena Calidad del Agua, Áreas Importantes Relacionadas con el Agua y Agua Potable, Saneamiento e Higiene para Todos (WASH).



OPERACIONES REGENERATIVAS: LÍDERES EN NUESTRA INDUSTRIA EN EFICIENCIA HÍDRICA

Alcanzar los objetivos de reducción en el uso de agua

Al mismo tiempo que nuestra compañía crece y adapta su portafolio para promover el uso de botellas retornables/reutilizables en todas nuestras geografías, mantenemos nuestro compromiso con la visión de optimizar a la eficiencia hídrica al máximo.

Empleamos un enfoque doble en nuestra estrategia de eficiencia hídrica que subraya nuestro compromiso con el uso responsable del agua y la protección del medio ambiente. Primero, estamos comprometidos con reducir nuestra razón de uso de agua (Water Use Ratio, WUR)—es decir, la cantidad de agua utilizada por litro de bebida producida. Después, al final de nuestro proceso de producción, tratamos el 100% del agua que descargamos de acuerdo con los requisitos locales y los que establece The Coca-Cola Company, para garantizar que el agua tenga la calidad suficiente para sostener la vida acuática.

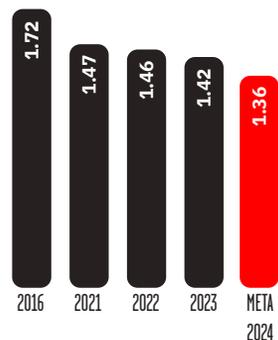
Con base en lo que estipula nuestro → **Marco de Bonos Vinculados a la Sostenibilidad** emitido en 2021, la compañía tiene como objetivo para 2024 lograr un WUR de 1.36. Por ello, en 2023 invertimos

US\$10.35 millones en programas de eficiencia en agua en todas nuestras operaciones, guiados por nuestras 20 principales estrategias para ahorrar agua. En estas iniciativas se incluye una amplia gama de acciones para detectar y arreglar fugas de agua para gestionar eficientemente el uso del agua en nuestras plantas y mejorar nuestros sistemas de recuperación de agua. Alcanzar los objetivos de reducción en la razón de uso de agua.

Como resultado de ello, seguimos mejorando la eficiencia hídrica en nuestras operaciones hasta alcanzar un WUR de 1.42, cifra líder en la industria, al cierre de 2023, una mejoría con respecto al 1.46 que teníamos en 2022. Nuestro WUR de 2023 representa un aumento de 17.4% en eficiencia a partir de nuestra línea base de 2016, lo que nos posiciona como líderes en eficiencia de agua en la industria de bebidas. Cabe resaltar el hecho de que 12 de nuestras plantas en Brasil, Colombia y México ya han alcanzado niveles por debajo de nuestras metas intermedias y de 2026. Nuestra planta Tocancipá en Colombia es líder en el grupo de plantas de bebidas carbonatadas, con un WUR impresionantemente bajo de 1.18 al cierre de 2023.

17.4%

de aumento en
eficiencia hídrica a
partir de nuestra línea
base de 2016.



RAZÓN DE USO DE AGUA

Litros de agua utilizada por litro de bebida producida

Eficiencia hídrica – avances y datos destacados de 2023

Durante el año, utilizamos un total de 30,986 megalitros de agua, y descargamos 8,381 megalitros. Esta agua descargada fue tratada para tener un nivel de calidad que sostenga la vida acuática.

	Agua municipal	Agua de lluvia	Agua de pozo	Agua de río	Extracción total de agua
Total (ML)	9,239.36	7.28	21,739.13	0.26	30,986
	Agua descargada a alcantarillados	Agua descargada a ríos	Total de agua descargada		
Total (ML)	4,461.77	3,819.66	8,381.43		



DE LA CONSERVACIÓN A LA REPOSICIÓN: NUESTRO COMPROMISO CON LA SEGURIDAD HÍDRICA

Conservación del ecosistema para la resiliencia hídrica

Más allá de nuestro compromiso con la eficiencia hídrica en nuestras operaciones, estamos firmes en nuestro compromiso de reponer más agua al medio ambiente que la que utilizamos para producir nuestras bebidas. La conservación de los ecosistemas dentro de cuencas en las que operamos se mantiene como uno de los elementos más importantes para mejorar la resiliencia hídrica tanto en nuestras operaciones como en las comunidades a las que atendemos, ya que estos ecosistemas ejercen una influencia directa en la capacidad del acuífero para infiltrar agua a través del ciclo biogeoquímico. En este sentido, implementamos proyectos de soluciones basadas en la naturaleza que, además de potenciar la infiltración de agua, también mitigan los riesgos relacionados con el clima como la pérdida de diversidad y los desastres naturales.

En 2023 tuvimos un impacto positivo en más de 48 mil hectáreas a través de nuestros esfuerzos de conservación, protección y reforestación, que nos permitieron reponer más de 100% del agua que utilizamos en nuestras bebidas. Nuestros programas están alineados con el enfoque de certificación de la Alliance for Water Stewardship, para lo cual

**En 2023 repusimos
más de
100%
del agua que utilizamos
en nuestras bebidas.**

utilizamos nuestra herramienta de evaluación del riesgo hídrico (Water Risk Assessment, WRA) para identificar la causa raíz de las vulnerabilidades en la cuenca y garantizar una gestión de riesgos proactiva.

Herramienta de evaluación del riesgo hídrico actualizada

En 2023 actualizamos y digitalizamos nuestra herramienta de evaluación del riesgo hídrico WRA con la adopción de un enfoque integral para la gestión efectiva de riesgos en los recursos hídricos. Esta herramienta ahora está alineada con la matriz de consecuencias de riesgos de ISO 31000 e incorpora los factores de riesgos ASG del Sustainability Accounting Standard Board (SASB), así como componentes del Aqueduct Water Risk Atlas y Water Risk Monetizer de Ecolab, entre otras. La herramienta WRA sirve para identificar las causas raíz de los riesgos relacionados con el agua, como la escasez y tratamiento del agua o problemas de descarga, además de la gestión del agua, cumplimiento regulatorio y preocupaciones ASG que podrían afectar las operaciones o el abasto de agua. También considera a la biodiversidad y la vulnerabilidad del cambio climático y utiliza nuestro Modelo para Atender Riesgos y Relaciones con la Comunidad (MARRCO) para identificar y establecer una buena relación con los principales grupos de interés.

Realizamos una evaluación anual del 100% de nuestras operaciones en términos de riesgos relacionados con el agua. Además, llevamos a cabo estudios de evaluación de la vulnerabilidad de las fuentes de agua en 100% de nuestras operaciones para atender los riesgos ambientales, incluyendo la variabilidad climática y el deterioro del ecosistema de la cuenca, así como factores sociales, económicos e institucionales.

→ Consulte la página 89 para más información sobre Nuestra Metodología de Atención a Riesgos y Relacionamento Comunitario.

Enfoque en sitios prioritarios

En 2023, empleando nuestra evaluación anual WRA, analizamos los riesgos hídricos en 100% de nuestras operaciones y encontramos que ninguna se localiza en áreas naturales protegidas. De nuestras 56 plantas, 30 se identificaron como sitios prioritarios localizados en áreas de estrés hídrico medio a alto. Desarrollamos planes de mitigación mejorados para atender los retos hídricos identificados y potenciales y estamos progresando en la implementación de la norma AWS en estos sitios. La extracción total de agua en áreas de alto estrés hídrico alcanzó los 10,800 megalitros en 2023, representando menos del 35% de nuestra extracción total.

Hemos establecido una meta para reponer localmente 100% del agua que utilizamos en la producción en los sitios de estrés medio a alto. Nuestro objetivo para estas localidades va más allá de la neutralidad hídrica para promover la protección de la cuenca y la regeneración del ecosistema. A través de nuestra alianza con The Coca-Cola Company, Fundación Coca-Cola, FEMSA, Fundación FEMSA y varias consultoras y organizaciones, ya implementamos proyectos de reposición y WASH en estas localidades.





MEJORAR EL ACCESO A AGUA, SANEAMIENTO E HIGIENE

Contribución a la construcción de comunidades resilientes

El derecho humano a tener agua es esencial no sólo para vivir con dignidad sino también como una condición vital previa para que se pueda cumplir con otros derechos humanos. Un elemento clave de nuestra estrategia de gestión del agua es la colaboración con vecinos, gobiernos y otras instituciones para promover la resiliencia hídrica en las comunidades en las que operamos.

Con la realización de nuestra evaluación anual del riesgo hídrico identificamos 14 sitios prioritarios para el despliegue de iniciativas de acceso a agua, saneamiento e higiene. Actualmente está en curso nuestro esfuerzo para mejorar la accesibilidad al agua. El objetivo es encontrar soluciones innovadoras y forjar nuevas alianzas para mejorar el acceso al agua y apoyar la salud y prosperidad de largo plazo para las comunidades en las que operamos. Actualmente tenemos proyectos de accesibilidad en Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Guatemala y México.

Algunos de nuestros proyectos comunitarios de reposición hídrica y WASH en 2023

- **Argentina:** mejor eficiencia hídrica en zonas agrícolas mediante el uso del software Kilimo. Con base en grandes datos e inteligencia artificial, este software pronostica la demanda de la cosecha y ofrece recomendaciones para la irrigación, lo que permite ahorros de entre 20 y 25% en el uso de agua.

- **Colombia:** a través del proyecto Filtros que Dan Vida otorgamos filtros de agua a 350 familias que no tienen acceso a agua potable, con lo que contribuimos a mejorar su bienestar y calidad de vida.
- **Costa Rica y Colombia:** el programa de reposición Agua por el Futuro se enfoca en actividades de conservación, reforestación y regeneración para mejorar la absorción del agua en las cuencas impactadas de la compañía.
- **Guatemala:** apoyamos los proyectos para mejorar la subcuenca del río María Linda, la subcuenca Ocosito y la cuenca Pasabien, para contribuir a la disponibilidad de agua para las comunidades locales.
- **México:** a través del programa Escuelas de Lluvia, atendemos la escasez de agua en escuelas con la instalación de sistemas de captación de agua pluvial y con programas de educación ambiental.
- **Panamá:** colaboramos con la comunidad para rescatar, reforestar y restaurar los manglares. Nuestros voluntarios, en colaboración con voluntarios externos, plantaron 1,000 árboles.
- **Uruguay:** contribuimos a establecer la Alianza Uruguaya por el Agua, que busca promover alianzas público-privadas para proyectos basados en la naturaleza en favor de la seguridad hídrica de la región.

APOYAR ALIANZAS Y COLABORACIÓN PARA LA SEGURIDAD HÍDRICA

Consideramos que la acción colectiva es fundamental para proveer seguridad hídrica y, por lo tanto, para el éxito de proyectos de reposición de agua. Durante más de 12 años, en colaboración con FEMSA y Fundación FEMSA, hemos apoyado a la Alianza Latinoamericana de Fondos de Agua, una colaboración con organizaciones como el Banco Interamericano de Desarrollo y The Nature Conservancy. La Alianza busca lograr la seguridad hídrica con el establecimiento de fondos de agua que promueven alianzas entre varios grupos de interés, alineando puntos de vista distintos y conjuntando recursos para encontrar soluciones basadas en la naturaleza y la ciencia. La Alianza ha establecido más de 300 coaliciones e iniciado 26 fondos de agua en los países en los que operamos. Estos fondos son mecanismos de acción colectiva a nivel local cuyo objetivo es alinear los puntos de vista de diferentes grupos de interés en las cuencas y conjuntar recursos para implementar soluciones basadas en la naturaleza y en la ciencia para contribuir a la seguridad hídrica.

También colaboramos con The Coca-Cola Company, Fundación Coca-Cola y Fundación FEMSA para crear en conjunto iniciativas que buscan mejorar el bienestar de la comunidad al favorecer el acceso a agua, saneamiento e higiene (WASH), lo que extiende nuestro impacto positivo colectivo. Con el apoyo que ofrecemos a las comunidades para obtener acceso al agua y utilizarla más eficientemente, contribuimos a reducir la demanda de las cuencas y su protección a largo plazo.





UN MUNDO SIN RESIDUOS

Nuestro objetivo es desarrollar una economía circular que minimice los residuos, aprovechando al máximo los recursos actuales. Vemos esto como la mejor solución para superar los desafíos ambientales y climáticos asociados con nuestros empaques y operaciones.

Enfoque circular en toda nuestra empresa

Nuestro compromiso con construir Un Mundo sin Residuos incluye la supervisión de las operaciones y del ciclo de vida completo de los empaques. Este enfoque integral forma parte fundamental de nuestra estrategia ambiental, con lo que buscamos que las prácticas de negocio sean sostenibles en todos aspectos a través de cuatro elementos clave:

1. Adoptar diseños sostenibles con soluciones de menor peso y un mayor uso de materiales reciclables.
2. Mejorar la recolección de residuos y el reciclaje directamente y a través de alianzas.
3. Promover el uso de botellas retornables.
4. Trabajar para lograr que nuestras operaciones sean cero residuos.





NUESTRO ENFOQUE EN LA ECONOMÍA CIRCULAR ABARCA EL CICLO DE VIDA COMPLETO DE NUESTROS EMPAQUES Y OPERACIONES, **CON LO QUE BUSCAMOS REUTILIZAR, REDUCIR Y RECICLAR LOS RESIDUOS, ASÍ COMO MITIGAR EL IMPACTO AMBIENTAL.**

32% de nuestro volumen proviene de empaques retornables, lo que está por encima de la meta del Sistema Coca-Cola, que es de 25% para el 2030.

En 2023, utilizamos **109.89** mil toneladas de resina reciclada de PET en nuestros empaques, un incremento de 32% anual.

Nuestros empaques de PET en 2023 incluyeron **33% DE RESINA RECICLADA**, lo que nos coloca en el camino correcto hacia alcanzar la meta de 50% para el 2030.

Utilizamos **36% DE VIDRIO RECICLADO**, con Colombia y Centroamérica a la delantera.

Utilizamos **64%** de aluminio reciclado, con Brasil y Argentina alcanzando un impactante 76.

El 98% del contenido de nuestras botellas son materiales reciclables, lo que incluye un cambio en las botellas de Sprite, que pasaron de ser **VERDES A SER TRANSPARENTES** para mejorar su eficiencia en reciclaje.

PLANETA, nuestra planta de reciclaje de PET en Tabasco, México, procesará 50,000 toneladas de PET anualmente.

Desde 2002 colaboramos con **ECOCE**, con lo que contribuimos a alcanzar una tasa de recolección de PET en México de 62.8%.

Nuestro programa **MI TIENDA SIN RESIDUOS** en México integra la recolección de residuos en las operaciones de pequeñas empresas, con lo que mejora el cuidado del medio ambiente en las comunidades.

3 plantas embotelladoras adicionales lograron la certificación de cero residuos en 2023, lo que eleva el total a **84%** de nuestras plantas.

Reciclamos el **98%** de nuestros residuos sólidos industriales en 2023.

Certificación Cero Residuos en **100%** de nuestras plantas a 2025 y centros de distribución a 2030.



MEJORAR LA RECOLECCIÓN DE RESIDUOS Y RECICLAJE

Botellas retornables: Resultados antes de lo esperado

Somos líderes en los esfuerzos por promover el uso de botellas retornables en todas nuestras geografías, donde 32% del volumen proviene de esta opción de empaque—cifra que está por encima de la meta de adopción del Sistema Coca-Cola, que es de 25% para el 2030. Este resultado está apuntalado por nuestra botella universal y por iniciativas de asequibilidad que se pueden emplear en múltiples categorías de bebidas. → **Para más información, consulte la sección Portafolio.**

El uso de empaques retornables es muy importante para la reducción del impacto ambiental de nuestra cadena de suministro porque, además de reducir residuos, también contribuye a la conservación de los recursos naturales.

Utilizar materiales reciclados en nuestros empaques

Fomentamos el uso de materiales reciclados en la manufactura de los empaques de los productos, lo que refleja nuestro compromiso con la circularidad, la reducción de residuos y el uso responsable de recursos en nuestras operaciones.

Seguimos fomentando el uso de rPET en nuestros empaques. En total, empleamos más de 109.89 mil toneladas de resina reciclada en 2023, un aumento de 32% anual. A lo largo del año, incluimos 33% de resina reciclada en todo nuestro portafolio de bebidas. Este resultado nos coloca en buen camino hacia alcanzar la meta de utilizar 50% de resina reciclada en los empaques para el 2030.

En paralelo con los esfuerzos que realizamos con rPET, hemos progresado de forma significativa en la incorporación de otros materiales reciclados en las soluciones de empaques. En 2023 utilizamos 36% de vidrio reciclado en todas nuestras operaciones, logro en el que las operaciones en Colombia y Centroamérica están a la cabeza, con niveles de 45% y 42%, respectivamente. Adicionalmente, registramos un

hito en nuestra historia con el uso de 64% de aluminio reciclado, logro en el que Brasil y Argentina alcanzaron un impactante 76%.

Empaques reciclables

Además de priorizar el rPET en nuestros empaques, también buscamos que los materiales que utilizamos en las botellas sean fácilmente reciclables. Este año nuestras botellas incluyeron 98% de materiales reciclables.

En colaboración con The Coca-Cola Company, en 2023 terminamos el proceso para cambiar las botellas de Sprite en Latinoamérica del color verde a transparente. Este cambio representa un aumento en la eficiencia en la recolección de pacas de PET a 15%, con lo que se mejoró considerablemente la efectividad y calidad tanto en la recolección como en la producción de resina reciclada.

Aumentar nuestra capacidad de reciclaje

Hemos avanzado en la construcción de la nueva planta de reciclaje de PET grado alimenticio en Tabasco, México, conocida como PLANETA, que estamos construyendo en empresa conjunta con ALPLA. Esta instalación contará con la capacidad para procesar aproximadamente 50,000 toneladas de botellas de PET post consumo anualmente, mismas que planeamos suministrar desde 18 centros de recolección. La planta de reciclaje PLANETA pasará a formar parte del sistema IMER de reciclaje de PET grado alimenticio que lanzamos en 2005 como una empresa conjunta con The Coca-Cola Company.

La nueva planta, en conjunto con los centros de recolección, nos permitirá optimizar el ciclo de producción de rPET en la región sureste del país y nos mantendrá encaminados hacia alcanzar nuestra meta para el 2030 de emplear por lo menos 50% de rPET en las botellas de plástico y recolectar el equivalente al 100% del volumen de PET que ponemos en el mercado.





FORTALECER LOS ECOSISTEMAS DE RECICLAJE EN LAS OPERACIONES

Construir fuertes alianzas

Además de reforzar internamente nuestra capacidad de reciclaje, reconocemos los beneficios de asociarnos con las comunidades, el sector público, legisladores, aliados dentro de la industria y ONG para garantizar el suministro sostenible de PET reciclado. Con la construcción de alianzas estratégicas, no sólo implementamos programas comunitarios de recolección y reciclaje, también creamos conciencia sobre la gestión de residuos post consumo y educamos a los consumidores sobre prácticas adecuadas para la disposición de residuos.

En colaboración con la asociación civil mexicana, ECOCE, desde 2002 mantenemos una posición de liderazgo en nuestra industria en la creación de un robusto mercado nacional de reciclaje a través de programas de recolección y reciclaje. El Modelo ECOCE ha alcanzado en México una impresionante tasa de recolección de PET de 62.8%, equivalente a los niveles alcanzados por la Unión Europea. Hacia delante, seguiremos evaluando nuevas oportunidades para establecer nuevas colaboraciones para aumentar la recolección y reciclaje de PET en todas nuestras regiones.

Promover la gestión de residuos y reciclaje efectiva en todas nuestras comunidades

Nuestra colaboración con los recolectores de PET se enfoca en promover su desarrollo económico. El objetivo es proveerles acceso a los recursos que requieren, mejorar sus capacidades y garantizar el cumplimiento con la reglamentación local y con los lineamientos de The Coca-Cola Company. Estos esfuerzos están diseñados para empoderarlos y hacer una contribución significativa a sus comunidades. Hacia delante, seguiremos integrando el reciclaje en nuestras operaciones e interacciones con la comunidad con base en un enfoque multidimensional que se adapte a las condiciones locales en todos los países en los que operamos.

Algunos de nuestros proyectos comunitarios en 2023

- **Argentina:** colaboramos con entidades privadas de gestión de residuos que venden a la industria de reciclaje para mejorar la viabilidad económica y eficiencia de los procesos de reciclaje.
- **Colombia:** el programa Reciclaje Motocargueros otorgó 60 vehículos de carga motorizados a los recicladores, con lo que se dignificó el trabajo que realizan y se aumentó la tasa de recolección de materiales reciclables en 5%.
- **Costa Rica y Nicaragua:** nos enfocamos en la recuperación de residuos de PET post consumo, para lo cual trabajamos con organizaciones especializadas para recolectar, procesar y utilizar los residuos con el objetivo de recuperar materiales post consumo en todo el país.
- **Guatemala:** mediante contenedores de reciclaje localizados en los centros comerciales, supermercados y universidades, el programa Ecobots alienta a los consumidores a que reciclen sus botellas de PET al ofrecer cupones de descuento.
- **México:** el programa Mi Tienda sin Residuos trabaja con empresas locales para promover una gestión más eficiente de residuos recuperables y contribuir de manera significativa a nuestros esfuerzos de sostenibilidad ambiental.





CERO RESIDUOS EN NUESTRAS OPERACIONES

Certificar a nuestras operaciones en cero residuos

Además de las iniciativas circulares de empaques, también hemos progresado en la gestión de residuos en nuestra operación.

Tenemos el objetivo de que 100% de nuestras plantas embotelladoras logren la certificación cero residuos para el 2025 y que 100% de los centros de distribución alcancen esta meta para el 2030. En 2023, tres plantas embotelladoras adicionales lograron la certificación cero residuos, para un total de 41 de las plantas y un progreso de 84% hacia la consecución de nuestra meta. Este año también marcó un hito en nuestra historia al contar con el primer centro de distribución dentro del Sistema Coca-Cola en el Continente Americano en obtener el certificado de cero residuos.

En 2023, alcanzamos una razón de residuos de 8.17 gramos de residuos por litro de bebida producida. Resulta incluso más relevante que reciclamos 98% de los residuos sólidos industriales y, simultáneamente, dispusimos correctamente del resto.



ACCIÓN POR EL CLIMA

En Coca-Cola FEMSA reconocemos la importancia y urgencia del reto que representa el cambio climático. Nuestro compromiso se desprende de que entendemos que este urgente tema nos afecta a todos y que es sólo a través de acciones unificadas y bien informadas que podremos atender de manera efectiva los impactos del cambio climático.

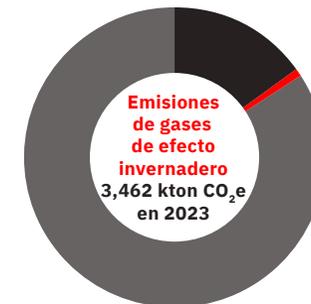
Mecanismos de reducción de carbono: Transformar nuestras operaciones y cadena de valor

Adoptamos un enfoque integral para evaluar las oportunidades para reducir emisiones, con la meta de minimizar la huella de carbono de nuestras operaciones y de nuestra cadena de valor.

INGREDIENTES (Alcance 3)	MANUFACTURA (Alcance 1 & 2)	EMPAQUE (Alcance 3)	DISTRIBUCIÓN (Alcance 1, 2 & 3)	ENFRIADORES (Alcance 1 & 3)
25%	3%	28%	17%	27%
<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de proveedores estratégicos. 	<ul style="list-style-type: none"> Energía renovable. Eficiencia energética. Migrar las calderas a gas natural. 	<ul style="list-style-type: none"> Empaques sostenibles y de menor peso. 	<ul style="list-style-type: none"> Energía renovable. Eficiencia energética en nuestra flota propia y la de terceros. Promover el uso de vehículos eléctricos en nuestra flota. 	<ul style="list-style-type: none"> Energía renovable en PyMEs. Eficiencia energética. Gases refrigerantes confinados y/o recirculados.

Nuestras metas basadas en la ciencia

Nos hemos comprometido con reducir en 50% nuestras emisiones de alcance 1 y 2 y en 20% las emisiones de alcance 3 para el 2030 vs. 2015. Estamos plenamente convencidos de que para hacer frente al cambio climático se necesita un enfoque basado en la ciencia, que requiere de esfuerzos de cooperación entre varios grupos de interés. Vale la pena destacar que en 2020 fuimos la primera empresa mexicana y la tercera en Latinoamérica en recibir la aprobación de la iniciativa de Objetivos Basados en la Ciencia (SBTi por sus siglas en inglés) por alinear nuestras metas de reducción de gases de efecto invernadero al Acuerdo de París firmado en 2015. Nuestro enfoque va en línea con lo que establece la SBTi y prioriza la reducción de emisiones, en lugar de compensarlas. Adicionalmente, reportamos meticulosamente nuestras emisiones al Carbon Disclosure Project (CDP), de acuerdo con sus lineamientos para mejorar la transparencia en cuanto a nuestras fuentes de emisiones y el progreso alcanzado a la fecha.



- Alcance 1 17%
- Alcance 2 1%
- Alcance 3 82%



8.6%

de reducción anual en nuestras emisiones de CO₂e a todo lo largo de la cadena de valor en 2023.



ACCIÓN POR EL CLIMA EN NUESTRAS OPERACIONES

Reducción en las emisiones de alcance 1 y 2

En 2023, logramos una reducción de 29% en nuestras emisiones de alcance 1 y 2 a partir de nuestra línea base de 2015. Las emisiones de alcance 1 y 2, que representan 18% de nuestras emisiones totales de CO₂e anuales, incluyen el consumo de energía en nuestras plantas embotelladoras y centros de distribución, emisiones provenientes de los gases refrigerantes y el consumo de combustible de nuestra flota.

Emplear refrigerantes más limpios

Reducimos constantemente las emisiones de alcance 1 actualizando los enfriadores en el punto de venta con refrigerantes más limpios y mejorando el confinamiento final del gas usado.

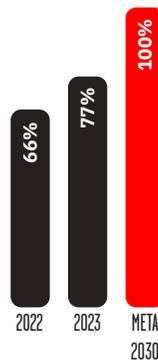
Aumentar la electricidad renovable y la eficiencia

Nuestro progreso en cuanto a las emisiones de alcance 2 se debe a las inversiones estratégicas y acuerdos de compra de energía (Power Purchase Agreements, PPA) que hemos realizado en fuentes renovables y proyectos de eficiencia. En 2023 comenzamos a recibir energía renovable de fuentes solares en Uruguay. Sumado a esto, invertimos US\$3.04 millones para la instalación de paneles solares directamente en 17 centros operativos de seis países (Guatemala, Costa Rica, Nicaragua, Panamá, Argentina y Uruguay). Este nuevo contrato nos mantiene en buen camino hacia alcanzar nuestra meta 2030 de utilizar 100% de energía renovable a todo lo ancho de nuestras operaciones, con una tasa de 77% en 2023. Adicionalmente, invertimos US\$4.6 millones en 2023 para aumentar la eficiencia energética, con una tasa de 6.11 litros de bebida por MJ consumido, un aumento de 45% a partir de nuestra línea base de 2015.

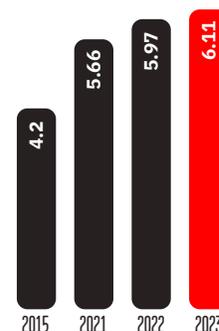


REDUCCIÓN DE ALCANCE 1 Y 2

Desempeño en nuestras metas SBTi



CONSUMO DE ELECTRICIDAD RENOVABLE



EFICIENCIA ENERGÉTICA

Litros de bebida producida por MJ



48%
de reducción en nuestras
emisiones de alcance 2.



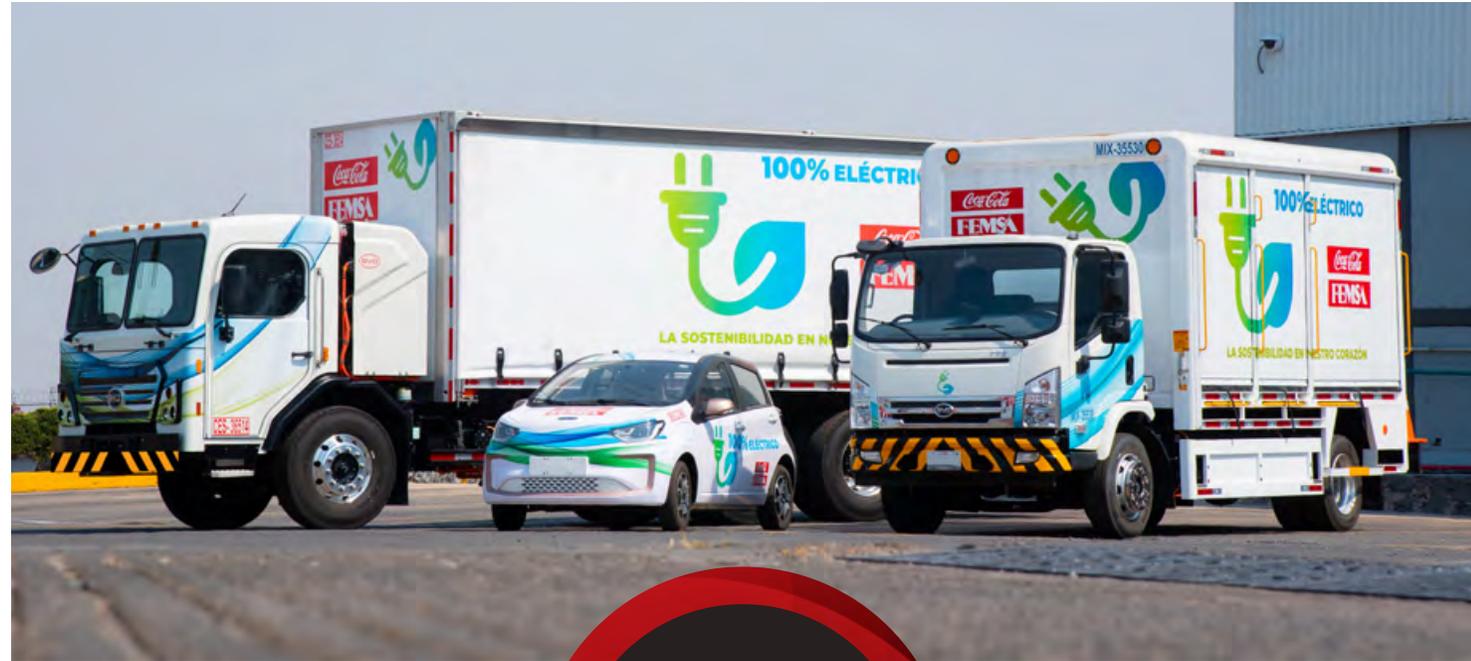
MOVILIDAD SOSTENIBLE

Impulsar a la flota de la industria de bebidas hacia la movilidad eléctrica

Como parte de nuestro esfuerzo por alcanzar nuestra meta de ofrecer un mejor proceso de entrega enfocado en el cliente, también estamos impulsando cambios transformadores en nuestra flota para reducir su huella de carbono. Nuestra meta consiste en reafirmar nuestra posición como la plataforma comercial predilecta de nuestros clientes y, al mismo tiempo, mantener nuestro liderazgo en Latinoamérica en términos de eficiencia vehicular, cuidado del medio ambiente y seguridad.

En octubre de 2023 lanzamos un programa piloto de ocho meses de duración para evaluar el desempeño del primer camión eléctrico diseñado específicamente para la industria de bebidas, desarrollado en colaboración con BYD. El objetivo ahora es evaluar su desempeño bajo diversas condiciones, una medida de fundamental importancia en nuestra estrategia más amplia para lograr que una parte considerable de nuestra flota sea verde. El camión eléctrico se desarrolló de acuerdo con lo que establecen los requisitos específicos de Coca-Cola FEMSA. El chasis está diseñado para 14 pallets estándar de cama baja, pero también se adapta a configuraciones de 8, 10 y 12 pallets como opción para entregas en las rutas de mercado tradicionales. Diseñado con base en las normas de seguridad tanto de Coca-Cola FEMSA como de The Coca-Cola Company, el vehículo utiliza una batería con tiempo de carga de entre 1.5 y 2 horas.

Nuestra Comunidad de Movilidad Sostenible está al frente de la estrategia de vehículos eléctricos de la compañía, para lo cual colaboramos con proveedores globales y desplegamos herramientas como el análisis del costo total de propiedad (Total Cost of Ownership, TCO) y los protocolos de pruebas homologadas para mejorar la eficiencia de la flota a todo lo ancho de nuestras operaciones. Continuaremos nuestros esfuerzos para que nuestra flota pueda hacer la transición a vehículos eléctricos, priorizando aquellas áreas con movilidad restringida.



530

vehículos eléctricos
en nuestra flota.

En la búsqueda de la excelencia operativa

Además de expandir nuestra flota de vehículos eléctricos, en 2023 seguimos persiguiendo la excelencia operativa con el despliegue de robustas estrategias de optimización de rutas. En este sentido, estamos aprovechando la Plataforma de Distribución Digital de Coca-Cola FEMSA en Argentina, Brasil, Colombia, Centroamérica, México y Uruguay, así como los sistemas de telemetría vehicular de vanguardia que instalamos en nuestra flota de distribución primaria y secundaria. La sinergia entre los datos de telemetría de los camiones y nuestros avanzados dispositivos de entrega móvil nos permite resolver rápidamente cualquier desviación en las rutas de distribución planeadas, lo que ahorra combustible y, al mismo tiempo, mejora nuestra eficiencia operativa, lo que a su vez

mejora la satisfacción del cliente al garantizar la entrega oportuna.

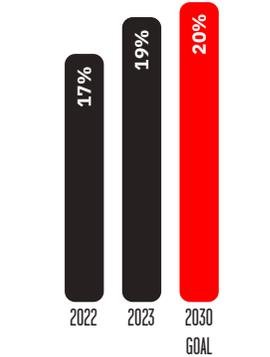
Esta integración tecnológica también permite realizar un análisis detallado de los patrones de ejecución de rutas para mejorar nuestras metodologías de planeación. Por ejemplo, el despliegue de las rutas dinámicas en toda nuestra flota de distribución secundaria en Brasil, Colombia y México nos permite planear las rutas vehiculares de forma dinámica de manera diaria, semanal y mensual, con lo que optimizamos los recursos de la flota y las distancias recorridas. Este enfoque sistemático ha producido beneficios tangibles, como una mejor tasa de utilización de nuestra flota, mayor seguridad carretera, menor consumo de combustible y menores emisiones de CO₂e, todo lo cual nos permite ofrecer un mejor servicio al cliente.



RELACIÓN CON NUESTRA CADENA DE VALOR

Reducción de las emisiones de alcance 3

En 2023 logramos una reducción de 19% en nuestras emisiones de alcance 3 a partir de nuestra línea base de 2015. Las emisiones de alcance 3, que representan aproximadamente 82% del total de emisiones de CO₂e, se originan en nuestra cadena de valor e incluyen la operación de enfriadores en el punto de venta, las emisiones provenientes de ingredientes y empaques y el consumo de combustibles de la flota que subcontratamos.



REDUCCIÓN DE ALCANCE 3
Desempeño en nuestras metas SBTi

Reducción de la huella de carbono en el punto de venta

Hemos seguido sustituyendo nuestros equipos enfriadores con modelos de mayor eficiencia que utilizan tecnologías de vanguardia para reducir el consumo de energía. Desde 2020, esta iniciativa no sólo ha contribuido a la consecución de las metas en cuanto a las emisiones de alcance 3 al reducir las relacionadas con electricidad en el punto de venta, también constituye un apoyo para las empresas pequeñas y medianas puesto que disminuye sus gastos en energía. Colaboramos con Imbera, una subsidiaria de FEMSA, para mejorar la eficiencia de los enfriadores, y participamos en iniciativas de economía circular. Ello incluye el uso de residuos plásticos en productos como Upcycool y la recuperación de materiales de enfriadores decomisados a través del programa EOS-REPARE.

Alianzas con proveedores

Estamos tomando medidas adicionales para reducir las emisiones de alcance 3 con el establecimiento de nuevas alianzas en nuestra cadena de valor y mejoras en la gestión de la cadena de suministro. Por ejemplo, hemos integrado ciertas consideraciones relacionadas con las emisiones de alcance 3 en nuestros acuerdos con proveedores, para lo cual analizamos modelos innovadores de cooperación para mitigar las emisiones de carbono a todo lo largo de nuestra cadena de valor.

Entre nuestros principales 25 proveedores, que representan 51% de nuestras emisiones de alcance 3, 52% han establecido metas basadas en la ciencia y otro 12% se ha comprometido y se encuentran en proceso de establecer metas con la SBTi para reducir sus emisiones de gases efecto invernadero en línea con los esfuerzos que se realizan globalmente. Colaborar con nuestros proveedores es fundamental para poder reducir nuestras emisiones de alcance 3, que constituyen una parte considerable de nuestra huella de carbono. Participar de cerca con ellos nos permite extender nuestros esfuerzos de sostenibilidad más allá de nuestras operaciones directas, impulsando una acción colectiva hacia la responsabilidad ambiental.

ACCESO A ENERGÍA SOSTENIBLE PARA PEQUEÑAS EMPRESAS



En 2023 expandimos en México nuestro programa de energía renovable para minoristas conocido como EMERGE, implementado en colaboración con un socio de fondeo colectivo y la German Agency for International Cooperation (GIZ).

EMERGE es un innovador modelo de financiamiento de fondeo colectivo que nos permite habilitar a los pequeños minoristas que forman parte de nuestra red, cuyo acceso a financiamiento a menudo es limitado, para que instalen sistemas de paneles fotovoltaicos en sus tiendas. Esta iniciativa sirve para reducir de forma considerable sus gastos de electricidad, que pueden llegar a representar hasta el 70% de sus costos operativos mensuales. Además, contribuye a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en sus operaciones.

54

sistemas solares instalados en pequeños minoristas, con 202 toneladas de CO₂e evitadas en 2023.



BIENESTAR INTEGRAL DE LOS EMPLEADOS

Tenemos el objetivo de que nuestros colaboradores crezcan a la par de nuestra compañía, progresen en su carrera y se sientan cada vez más integrados y valorados, además de tener mayor confianza para expresar sus ideas e inquietudes dentro de la organización.

Impulsar el crecimiento de la compañía

De manera simultánea al crecimiento de nuestra compañía, estamos transformando nuestro enfoque para gestionar al talento con base en un sistema más flexible, ágil y eficiente que promueva una cultura preparada para el futuro, enfocada en la gente y con capacidades digitales. Enfocada en dar forma a la organización del futuro y desarrollar una fuente de talento valioso, la función de recursos humanos es fundamental para impulsar nuestra estrategia de crecimiento.

Estos esfuerzos están articulados en nuestra innovadora Plataforma de Recursos Humanos, que contempla procesos simplificados, homologados y de fácil acceso en la nube para mejorar de forma considerable la experiencia del colaborador. Las capacidades digitales de avanzada de esta plataforma nos permiten cumplir eficientemente con nuestra propuesta de valor para los colaboradores, colocando a nuestra gente en el centro de la organización.

PROPÓSITO COMPARTIDO

Damos a nuestros colaboradores todo lo que requieren para ser protagonistas en la transformación de nuestra empresa e impulsores detrás de cambios significativos en nuestras comunidades.

BIENESTAR INTEGRAL

Contamos con opciones para el bienestar físico, emocional y familiar en apoyo a una vida equilibrada y saludable en todos los aspectos.

CULTURA ENFOCADA EN LA GENTE

Nuestro entorno está construido sobre las bases de respeto, inclusión y colaboración, asegurando que todas las voces sean valoradas y escuchadas.



LUGAR DE TRABAJO POSITIVO

Nuestros lugares de trabajo son flexibles, colaborativos e innovadores, además de inspirar confianza y fomentar la productividad y creatividad entre los miembros de nuestro equipo.

APRENDIZAJE CONTINUO

Creamos una ruta para el crecimiento integral personal y profesional, con lo que nuestros colaboradores pueden alcanzar su máximo potencial.

Nuestro Marco de Sostenibilidad establece la ambición para el desarrollo de los colaboradores, su bienestar integral, flexibilidad laboral, compensación y beneficios y objetivos internos de diversidad, equidad e inclusión.





NUESTRA PLANTILLA LABORAL



86,811

EMPLEADOS



- Masculino 84%
- Femenino 16%



- < 30 34%
- 30-39 37%
- 40-49 21%
- 50-59 8%
- > 60 1%

EMPLEADOS POR NIVEL DE CONTRIBUCIÓN

Líderes estratégicos (gerencia alta) 73% 27% 127

Líderes tácticos (gerencia media) 71% 29% 934

Líderes de gente (gerencia baja) 69% 31% 2,427

Contribuciones individuales 72% 28% 27,553

Contribuciones a la operación 91% 9% 55,770

■ Masculino ■ Femenino

	POR PAÍS
México	57%
Brasil	28%
Colombia	4%
Guatemala	4%
Argentina	3%
Costa Rica	2%
Panamá	2%
Nicaragua	1%
Uruguay	1%

	POR NACIONALIDAD	POR NACIONALIDAD EN POSICIONES GERENCIALES O DIRECTIVAS
México	56%	58%
Brasil	27%	21%
Colombia	4%	8%
Guatemala	4%	2%
Argentina	3%	5%
Costa Rica	1%	2%
Panamá	1%	<1%
Nicaragua	1%	<1%
Uruguay	1%	1%
Venezuela	<1%	2%
Otra	<1%	1%



DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO

Comprometidos con la capacitación de vanguardia

El desarrollo del capital humano de la compañía es de vital importancia para nuestra estrategia de crecimiento, ya que no solo fortalece las competencias individuales, también fomenta la innovación, productividad y éxito sostenible a largo plazo.

Dado que reconocemos que el desarrollo de carrera efectivo se beneficia de contar con las herramientas adecuadas, seguimos adaptando nuestra agenda de capacitación para equiparar los niveles específicos de conocimiento que se requieren para cada nivel de contribución. Además, ofrecemos formatos de capacitación dirigida para los que personalizamos tanto el contenido de los programas como su duración, garantizando una experiencia de aprendizaje óptima a través de la combinación de configuraciones simultáneas, no simultáneas, digitales y presenciales.

Horas de capacitación promedio por género, grupo de edad y nivel de contribución

Masculino	24
Femenino	29
18-29	30
30 - 50	24
51+	16
Líderes estratégicos	24
Líderes tácticos	33
Líderes de gente	39
Contribuciones individuales	30
Contribuciones a la operación	17

Como parte de nuestros esfuerzos, hemos establecido metas para mantener los más altos estándares en horas de capacitación, garantizando el mismo acceso para todos los colaboradores, independientemente de su nivel de contribución o género. En 2023, ofrecimos a nuestros colaboradores 25 horas de capacitación en promedio. Buscamos mejorar las oportunidades de crecimiento profesional para que nuestros colaboradores puedan cumplir sus aspiraciones de carrera y convertirse en verdaderos protagonistas de su propio desarrollo.



25 HORAS

de capacitación
por colaborador
en 2023.

Dirigir el crecimiento sostenible

Constantemente llevamos a cabo iniciativas de capacitación y experiencia del colaborador que se diseñan específicamente para apoyar las prioridades estratégicas de la compañía. Nuestro enfoque en estas áreas nos permite mejorar las capacidades de nuestro equipo, además de garantizar que los colaboradores estén plenamente equipados, alineados y motivados para impulsar nuestro crecimiento sostenible.

Excelencia comercial

Nuestra Academia Comercial se enfoca en evaluar el comportamiento para los roles comerciales y definir las principales competencias que se requieren para impulsar la transformación de la fuerza de ventas. Ello incluye una evaluación integral de la forma en que el equipo de ventas se adapta a la cambiante dinámica del mercado y el fomento de capacidades que se alinean con nuestras estrategias de ventas en constante evolución.

Innovación digital y ágil

En 2023 lanzamos nuestra Academia de Innovación Digital y Ágil, que se dedica a explorar las tecnologías digitales de vanguardia y sus aplicaciones ágiles y prácticas dentro de nuestra organización. Con contenidos diseñados específicamente para atender las necesidades únicas a todos los niveles de contribución, la Academia alcanzó una tasa de participación de 70% del grupo meta, lo que refleja un sólido compromiso y entusiasmo por los avances digitales a todo lo ancho de la compañía.

Futuro sostenible

Con el fin de transformar a la compañía en un líder global en sostenibilidad, ofrecemos al equipo directivo capacitación sobre nuestro Marco de Sostenibilidad y hemos creado programas de capacitación especializados para diversas áreas funcionales. Estos programas enfatizan una mayor comprensión de conceptos ambientales, sociales y de gobierno corporativo y se alinean a nuestros objetivos generales.



DESARROLLO DE UNA ROBUSTA FUENTE DE TALENTO

Dado que reconocemos la riqueza de talento que impera en toda nuestra compañía, nos reinventamos constantemente y movilizamos a toda la organización para desplegar su máximo potencial. Al hacerlo, gestionamos, atraemos, desarrollamos e inspiramos a nuestra gente, con lo que preparamos a nuestros colaboradores de hoy para convertirse en los líderes del mañana.

Programas del inicio de carrera: Diseñamos una estructura de programas de inicio de carrera, incluyendo becas para la universidad, programas de pasantías y un programa para becarios para aumentar la inyección de talento y preparar a las futuras generaciones. Adicionalmente, mejoramos de manera continua nuestra marca como empleador para atraer al mejor talento.

Movilidad interna: Estamos conscientes de que el crecimiento profesional es impulsado por oportunidades para vivir nuevas experiencias. En este sentido, estamos comprometidos con aumentar la disponibilidad de oportunidades para la movilidad de carrera interna en distintas funciones, países y unidades de negocio. En 2023, 64 de nuestros colaboradores adoptaron nuevos retos internacionales al asumir roles en distintos lugares geográficos a todo lo ancho de nuestras operaciones.

Procesos de gestión del talento: Nuestros procesos de gestión del talento contribuyen al desarrollo de nuestro equipo de liderazgo a través de programas integrales de evaluación. Por ejemplo, en 2023 el 79% de los líderes tácticos y estratégicos participaron en la evaluación anual de talento 9-Box, que es de vital importancia para la evaluación de desempeño y nos permite identificar el talento clave.

Evaluación de desempeño: La gestión del desempeño en Coca-Cola FEMSA consiste en un sistema que alinea los objetivos estratégicos con el desarrollo de métricas para cumplir con la visión de la compañía. Busca ligar los resultados operativos con las metas organizacionales a través de un modelo que incluye la definición de Factores Críticos de Éxito, revisiones periódicas, autoevaluaciones y evaluaciones de fin de ciclo. El proceso incluye una etapa de definición, retroalimentación y la revisión final del desempeño. Este enfoque optimizado asegura la permanente alineación entre los contribuidores individuales y las metas de la compañía, fomentando así una cultura de crecimiento y logros en la que se enfatiza la generación de valor de cada colaborador y su contribución a nuestra estrategia de negocio. En la evaluación de desempeño anual no solo se considera el logro de los objetivos de negocio; se analiza cómo se alcanzaron mediante la evaluación de comportamientos y valores alineados con los Principios de Coca-Cola FEMSA. Este año, 98% de nuestros colaboradores recibieron una evaluación de desempeño.

PLAN DE SUCESIÓN DEL EQUIPO DIRECTIVO

Nuestro bien definido proceso de planeación para la sucesión fue diseñado para movilizar de manera eficiente al talento interno y para identificar al talento de otras unidades de negocio de FEMSA y del mercado, cuando se requiere. Este enfoque es vital para mantener una continuidad operativa que fluya bien a todos los niveles de liderazgo.

En 2023 realizamos exitosamente la transición de roles directivos clave aprovechando nuestra robusta fuente interna de talento, proceso en el que se incluyó a nuestro Director General y a 63% de los miembros de nuestro equipo directivo. Esta exitosa transición es testimonio del buen funcionamiento de nuestro enfoque proactivo y estratégico para el desarrollo y estabilidad del liderazgo.

Compromiso con promover el desarrollo de los colaboradores:

93%

de las vacantes a nivel dirección se cubrieron internamente en 2023, además, otro

4%

de las contrataciones de dirección provinieron de otras unidades de FEMSA.





COMPROMISO CON LA SALUD Y SEGURIDAD

Una sólida cultura de seguridad: Cero es Posible

Como parte fundamental de nuestras metas de crecimiento y estrategia organizacional, nuestra visión de seguridad Cero es Posible se basa en la convicción de que nada es más importante que la seguridad y bienestar de nuestra gente. Esta visión permite a nuestros líderes promover a la seguridad como un valor central de la compañía que reconoce el papel crucial que cada colaborador tiene para mantener tanto la seguridad física como la psicológica.

Nuestra Estrategia Seguridad 0.0 busca construir las capacidades y procesos esenciales que se requieren para materializar nuestra visión. Esta estrategia se compone de cinco pilares, apuntalados por 20 acciones directamente relacionadas con nuestras actividades centrales. Además, hemos identificado siete iniciativas clave para cumplir con nuestros compromisos de seguridad.

Estrategia de Seguridad 0.0 de Coca-Cola FEMSA

Hemos definido cinco pilares y 20 acciones para elevar, acelerar el desempeño y continuar habilitando nuestra estrategia de seguridad.

Transformación cultural y del liderazgo	Gestión de riesgos, procesos y sistemas	Desarrollo de capacidades y talento	Infraestructura y tecnología Digitalización de procesos	Gestión del desempeño Mejora e innovación
Estrategia de comunicación.	Evolución del programa de lesiones serias y fatalidades.	Desarrollo de los expertos en seguridad.	Tecnología RTM.	Indicadores de seguridad en los modelos de operación.
Roles, responsabilidades, rendición de cuentas en seguridad y reglas inquebrantables.	Cumplimiento y compromiso con las normas y reglas para salvar vidas.	Refuerzo de la estructura organizacional.	Bloqueo de seguridad de maquinaria y alto para mantenimiento.	Evolución de abajo hacia arriba.
Plan de cultura en seguridad con enfoque en las creencias y comportamientos de transformación.	Enfoque en la gestión de terceros, RTM de seguridad y ergonomía.	Academia QSE.	Estrategia de seguridad digital.	Modelo de comportamientos, reconocimientos, consecuencias y mejores prácticas.
Evolucionar a un liderazgo congruente a través de seguridad psicológica y una filosofía humanitaria y de desempeño organizacional.	Sistemas de gestión, modelos operativos y modelo E2E de auditoría en seguridad.	Simuladores.	Garantizar la infraestructura en maquinaria y equipo.	Seguridad y salud dentro del Marco de Sostenibilidad.





Sistema de Gestión de Seguridad y Salud

En 2023 continuamos el proceso de certificar nuestro Sistema de Gestión de Seguridad y Salud de las plantas de manufactura con base en ISO 45001. A la fecha, 88% de nuestras operaciones han sido certificadas. El resto de los sitios, que se incorporaron recientemente a nuestras operaciones, estarán en proceso de certificación en 2024.

Nuestro Sistema de Gestión de Seguridad y Salud homologado bajo ISO 45001 nos permite:

- Realizar evaluaciones de riesgos y peligros para identificar daños potenciales en el lugar de trabajo.
- Priorizar e integrar planes de acción con metas cuantificadas para mitigar esos riesgos.
- Incorporar medidas para estar preparados para y poder responder a situaciones de emergencia.
- Evaluar el progreso alcanzado en la prevención de temas y riesgos en salud en comparación con las metas establecidas.
- Realizar inspecciones internas.
- Establecer procedimientos para investigar lesiones, enfermedades, trastornos e incidentes laborales.

Adicionalmente, seguimos implementando auditorías internas de desempeño sobre el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud, enfocándonos en cumplimiento, seguridad y gestión basada en la estrategia, y aspectos de cultura y liderazgo. Estas auditorías se complementan con auditorías externas realizadas por FEMSA y The Coca-Cola Company.

Política de Seguridad y Salud

Nuestra Política de Seguridad y Salud es la base del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud y establece expectativas claras para tomar las medidas necesarias para prevenir y mitigar riesgos, lesiones y/o enfermedades laborales, y promueve y fomenta la seguridad, salud y bienestar de nuestros colaboradores, socios estratégicos y comunidades en las que operamos y con las que interactuamos.

La política se centra en fomentar entre nuestros colaboradores una cultura de autocuidado, prevención, mejora y bienestar general al garantizar condiciones de trabajo, instalaciones y procesos seguros a través del Sistema de Gestión. Requiere que los colaboradores participen en un diálogo abierto, proactivo y transparente. Nuestro enfoque incluye la gestión de incidentes para prevenir riesgos, lesiones y enfermedades laborales con la incorporación de evaluaciones de riesgos y mejores prácticas en los nuevos proyectos y establecer objetivos e indicadores de desempeño. La política pone énfasis en desarrollar aquellas capacidades de los colaboradores que se requieren para operar con prácticas de trabajo saludables y fomenta la participación y rendición de cuentas. Además, establece iniciativas estratégicas para gestionar riesgos y oportunidades de manera sostenible a través de la continua evaluación y mejora de nuestros procesos para adaptarnos a contextos cambiantes y a las necesidades de los grupos de interés.

→ Consulte nuestra [Política de Seguridad y Salud](#)





Enfoque en cero incidentes

En 2023 implementamos controles más estrictos para el registro de incidentes, lo que nos permitió comprender de manera más precisa e integral la frecuencia con la que ocurren accidentes. Si bien al principio se hizo evidente un aumento en el índice de frecuencia registrado, esta visibilidad mejorada nos ha permitido atender las causas raíz de los accidentes de forma más efectiva y en línea con nuestros valores centrales. Mantenemos nuestro compromiso con refinar nuestras estrategias de seguridad, aprovechando esta perspectiva para poder regresar a la tendencia positiva de los años previos. Nuestra meta es alcanzar una Tasa de Incidentes con Tiempo Perdido de 0.4 y una Tasa Total de Incidentes de 0.8 para el 2027¹. Este compromiso subraya nuestra meta de alcanzar cero incidentes a todo lo ancho de nuestras operaciones, con énfasis en aplicar las más estrictas normas de seguridad.

Para alcanzar nuestra meta, estamos fortaleciendo una mezcla de programas de legado, iniciativas pioneras, sólidos esfuerzos de mitigación de riesgos, capacitación integral, datos provenientes de los principales indicadores y tecnologías de vanguardia.

Cimientos robustos: Como parte de nuestro esfuerzo continuo por reducir el número de incidentes serios, consistentemente desplegamos nuestras 14 Reglas para Salvar Vidas. Para garantizar su efectividad, todas las unidades operativas de manufactura, almacenes, distribución y ventas realizan una revisión trimestral del progreso alcanzado en sus planes de acción. En 2023, todas las unidades realizaron esta autoevaluación con una tasa de implementación de 84% en las plantas de manufactura y 72% en los centros de distribución.

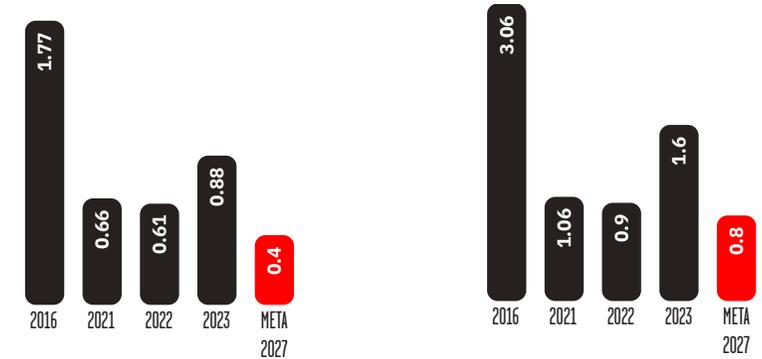
1. En 2023, después de analizarlas con el equipo directivo, ajustamos nuestras metas de salud y seguridad ocupacional de 2025 a 2027 debido a discrepancias en los criterios de clasificación de los incidentes en México y Colombia que afectaron nuestros cálculos de los indicadores.

Enfoque innovador para la prevención de incidentes:

Nuestro compromiso con la seguridad se refuerza aún más con la implementación de nuestro actual Proceso de Gestión de Incidentes. Este proceso clasifica claramente a los incidentes en cuatro niveles basados en la consecuencia del riesgo y la probabilidad de que ocurra. Al momento, todas nuestras operaciones han adoptado exitosamente esta nueva norma y la están implementando para gestionar y prevenir incidentes serios y potencialmente serios.

Mitigación de riesgos recurrentes: Hemos continuado el despliegue de nuestra iniciativa de dos años de duración enfocada en las auditorías y mantenimiento de la infraestructura de seguridad activa y pasiva. Este programa que conlleva una inversión de US\$20 millones fue diseñado para mitigar dos riesgos recurrentes en nuestras operaciones de manufactura: la intervención con la maquinaria y la gestión peligrosa de la energía.

Capacitación continua: Como parte de nuestro compromiso permanente con la capacitación de la plantilla laboral, en 2023 comenzamos con éxito el despliegue a todo lo ancho de nuestras operaciones de seis nuevos módulos de seguridad para nuestra Academia QSE y 20 módulos para nuestra Academia RTM. Estos programas han mejorado de forma considerable la concientización y habilidades de nuestros colaboradores en cuanto a la seguridad, lo que contribuye a tener un lugar de trabajo mejor informado y más seguro. La adopción generalizada de estos módulos en nuestras distintas regiones ha permitido unificar las normas de seguridad en la compañía.



TASA DE INCIDENTES CON TIEMPO PERDIDO

Casos por 200,000 horas trabajadas

TASA TOTAL DE INCIDENTES

Casos por 200,000 horas trabajadas



240,694 HORAS

de capacitación en salud y seguridad en 2023, lo que subraya nuestro compromiso con mejorar la concientización y competencia entre nuestros colaboradores en estas áreas tan esenciales.



Seguridad vial

Nuestro compromiso con la seguridad vial se fortalece de forma paralela con nuestro continuo crecimiento y recorreremos cada año el equivalente a más de 9,000 veces la circunferencia de la Tierra para entregar nuestros productos.

En 2023 nuestra tasa de accidentes vehiculares se mantuvo prácticamente sin cambios en comparación con el año previo, y nuestra tasa de accidentes mayores se redujo en 26%. Desafortunadamente, el año pasado ocho personas, entre colaboradores de Coca-Cola FEMSA, contratistas y miembros de la comunidad, perdieron la vida en incidentes relacionados con nuestras operaciones o vehículos. Extendemos nuestro más sentido pésame a sus familias y a todos aquellos que se vieron afectados por estos eventos. Vemos cualquier fatalidad como algo inaceptable, y tenemos la firme intención de alcanzar nuestra meta de cero incidentes.

Constantemente buscamos y adoptamos mejores prácticas para incrementar nuestra seguridad vial. Adicionalmente, compartimos de manera proactiva nuestra experiencia con entidades externas, como empresas, gobiernos y organizaciones no gubernamentales, para favorecer una implementación más generalizada de estas prácticas en beneficio de nuestras comunidades y más allá.

Nuevos indicadores líderes: Hemos ampliado nuestras métricas para incluir indicadores líderes para incidentes serios y potencialmente serios, que ya forman parte de nuestras tablas de desempeño. Estos indicadores contribuyen a la detección de riesgos y a la gestión de estrategias de mitigación. Además, nuestro programa de seguridad basada en los comportamientos está ligado con estas métricas, con lo que alentamos a los colaboradores a que contribuyan directamente con su reducción a todo lo ancho de la organización.

Reforzar los comportamientos seguros: El principal objetivo de nuestra iniciativa RTM 0.0 es capacitar a los conductores expertos en comportamientos que se requieren para prevenir incidentes en nuestros procesos de ruta a mercado, distribución y operaciones de logística. Para reforzar las capacidades de seguridad en nuestros colaboradores y terceros, invertimos constantemente en iniciativas mejoradas de gestión de riesgos y equipo de vanguardia como los simuladores viales, sistemas de telemetría, dispositivos de monitoreo e infraestructura de seguridad vehicular. También priorizamos la seguridad vehicular con el desarrollo de procesos, infraestructura y lugares de trabajo que contribuyen a que nuestra plantilla laboral pueda gestionar los riesgos cotidianos de manera efectiva.

Aprovechar la tecnología de vanguardia: Somos una de las compañías privadas con mayor capacidad para ofrecer capacitación con simuladores y somos referencia para la simulación de seguridad en nuestra industria. En los últimos dos años, invertimos más de US\$2.2 millones en simuladores viales, de los cuales 12 ya operan en Argentina, Brasil, Costa Rica, Guatemala, México y Uruguay. Estos sirven para replicar el manejo de vehículos pesados en nuestra flota primaria y secundaria, así como otros vehículos motorizados. Los simuladores viales son una herramienta clave de nuestra estrategia de desarrollo de capacidades en todas nuestras operaciones y nuestras inversiones permanentes son muestra de nuestro compromiso con mejorar la seguridad y eficiencia operativa.



TASA DE SINIESTROS VIALES
accidentes x 100 / total de flota



TASA DE SINIESTROS VIALES MAYORES
accidentes x 100 / total de flota





BIENESTAR DE LOS EMPLEADOS

Nuevo Modelo Integral de Bienestar

En Coca-Cola FEMSA buscamos mejorar la salud física, psicológica y emocional de nuestros colaboradores y fomentar el compromiso y sentido de pertenencia dentro de la organización para tener un mejor lugar de trabajo. Buscamos fomentar una cultura de bienestar basada en una visión integral de autocuidado y prevención.

Con el respaldo de un legado de 30 años de priorizar el bienestar de nuestros colaboradores, en 2023 presentamos un nuevo Modelo Integral de Bienestar con el que realineamos nuestro enfoque para mejorar la calidad de vida de nuestra gente. Este modelo está estructurado de manera innovadora con base en cinco dimensiones biológicas y psicosociales, cada una enfocada en distintos aspectos interconectados del bienestar:

Cuerpo Sano: Desarrollamos hábitos saludables que contribuyen a la salud física, a la prevención y disminución de enfermedades.

Conexiones Sociales: Facilitamos el desarrollo de relaciones interpersonales significativas que impulsen la integración familiar y entre colaboradores, así como la participación ciudadana para mejorar la comunidad y el medio ambiente.

Bienestar Psicológico: Promovemos el bienestar psicológico de los colaboradores a fin de que puedan experimentar una vida satisfactoria y llena de propósito.

Bienestar Financiero: Fomentamos la educación financiera para generar una cultura de ahorro que proteja y construya el patrimonio personal y familiar.

Vida Laboral: Impulsamos el compromiso y la excelencia en el trabajo dentro de un ambiente positivo, inclusivo, constructivo, sano y seguro.



ADAPTAR PROGRAMAS PARA ATENDER NECESIDADES DIVERSAS Y EXTENDER EL ALCANCE

Utilizamos la retroalimentación que recibimos de la encuesta de satisfacción que aplicamos cada dos años entre nuestros colaboradores para adaptar y mejorar nuestra oferta de bienestar. Nuestra encuesta de satisfacción incluye preguntas relacionadas con aspectos como el propósito, satisfacción y bienestar de los colaboradores, así como preguntas enfocadas en medir los sentimientos positivos y negativos.

En 2023, alcanzamos una participación de 93% y niveles de satisfacción de 89% en la encuesta, en la que destacaron cinco áreas fundamentales: calidad y orientación de los clientes, carrera clara y prometedora, sostenibilidad, ética y seguridad psicológica.

A lo largo del año, analizamos cuidadosamente los resultados por país y departamento, y diseñamos planes de acción dirigidos para atender las brechas. Hacia delante, nuestra meta es no sólo mantener los altos niveles de satisfacción en la próxima encuesta sino también mejorar las áreas de oportunidad identificadas, garantizando que atendamos las cambiantes necesidades y preferencias y podamos expandir gradualmente nuestra oferta de bienestar para incluir a una mayor parte de nuestra plantilla laboral de todas las geografías, áreas funcionales y niveles.



89%

nivel alcanzado en la encuesta bial de satisfacción de los colaboradores



Robusto Sistema de Gestión de Salud y Bienestar Laboral

Nuestro Sistema de Gestión de Salud y Bienestar Laboral describe la estrategia que empleamos para mejorar la calidad de la vida laboral de los colaboradores en todos los centros de trabajo y unidades de negocio estratégicas de la compañía. Este sistema integral incluye procesos y programas de salud y bienestar que adaptamos con base en matrices de riesgo relevantes, legislación local y requisitos operativos. Nuestro equipo de Salud Ocupacional Corporativa actualiza periódicamente la Política Global de Seguridad y Salud Ocupacional y la Política de Derechos Humanos. Las revisiones son aprobadas por nuestro Director Laboral y de Desarrollo Social y Director de Recursos Humanos. Adicionalmente, nuestro equipo de Auditoría Interna revisa estas políticas para garantizar que se compartan e implementen de manera eficiente a todas las operaciones.

Programa de Liderazgo Consciente

En 2023, más de 6,000 de nuestros líderes provenientes de todas nuestras operaciones participaron en nuestro Programa de Lide-

razgo Consciente, diseñado para comprender la salud como algo que va más allá de la sola perspectiva física a una perspectiva holística, incluyendo la salud física, el bienestar emocional y el autodesarrollo espiritual.

Programa de Apoyo a Empleados

Queremos ofrecer a nuestros empleados el apoyo que más requieren. Nuestro Programa de Apoyo a Empleados ofrece apoyo emocional a nuestros colaboradores y sus familias, ayudándolos a manejar el estrés, ansiedad, depresión y otros desafíos emocionales. Este programa es el elemento clave de nuestro Modelo de Bienestar Integral cuyo objetivo es reducir los factores de riesgo psicosocial dentro y fuera del lugar de trabajo a través de nuestro Sistema de Gestión y con ayuda proporcionada por profesionales de la salud capacitados para atender las diversas necesidades de nuestros colaboradores.

27%

de reducción en días de trabajo perdidos



ÍNDICE GENERAL DE ENFERMEDADES

Días perdidos por cada 100 colaboradores

Damos seguimiento al índice de ausentismo de nuestra plantilla laboral como un indicador clave de la salud física y mental de nuestros colaboradores. En 2023 observamos una mejoría de 27% en términos de los días de trabajo perdidos con base en nuestro índice general de enfermedades con respecto a 2022. Este logro fue impulsado principalmente por nuestra estrategia general de prevención de enfermedades, sistemas de seguimiento epidemiológico, programas locales de salud y actividades de bienestar integral.





Empoderar a nuestros colaboradores a través de iniciativas de voluntariado satisfactorias

El compromiso de nuestra compañía con el bienestar se extiende a ayudar a los colaboradores a llevar una vida satisfactoria. Realizamos inversiones constantes en proveer a nuestra gente y sus familias con oportunidades para participar en iniciativas de voluntariado, lo que les permite tener un impacto ambiental y social significativo más allá de sus funciones laborales cotidianas.

El programa de Voluntarios de Coca-Cola FEMSA enfatiza iniciativas que ejercen una influencia positiva sobre la calidad de vida y bienestar de las comunidades en las que operamos, con lo cual, al mismo tiempo, fortalecemos nuestros lazos de unión con estas comunidades y mejoramos nuestra posición y reputación corporativa.

El programa de voluntarios de Coca-Cola FEMSA contribuye a seis causas distintas

Desarrollo comunitario	Medio ambiente	Desastres naturales	Salud	Educación	Derechos humanos
Nos unimos bajo el paraguas de una acción colectiva, trabajando juntos para encontrar soluciones a los retos que tenemos en común. Nuestro objetivo es formar parte del desarrollo de comunidades más fuertes y exitosas.	Nos enfocamos en el cuidado del medio ambiente, en particular en temas como agua, energía, emisiones de carbono, limpieza de los cuerpos de agua y reforestación.	Participamos en actividades de prevención para crear conciencia y en esfuerzos de solidaridad en casos de desastres naturales, particularmente en las comunidades en las que operamos.	Llevamos a cabo actividades para promover estilos de vida físicos y biológicos y psicológicos saludables, así como iniciativas relacionadas con ayuda humanitaria.	Nuestras actividades buscan mejorar los niveles educativos y promover el desarrollo cultural, creativo y tecnológico.	Nuestro objetivo es generar experiencias de voluntariado positivas basadas en el respeto y cumplimiento con los derechos humanos fundamentales.

NUESTRO PROGRAMA DE VOLUNTARIADO DURANTE 2023:

2,181

iniciativas de voluntariado

129,388

voluntarios, incluidos colaboradores y sus familias

US\$ 1.5

millones invertidos

302,531

horas



Flexibilidad laboral

Dado que reconocemos que la flexibilidad laboral es de gran importancia para muchos de nuestros colaboradores, nos hemos declarado formalmente como una compañía híbrida, con lo que damos a nuestros líderes la posibilidad de sostener prácticas con sus equipos para determinar el modelo más adecuado para cada uno.

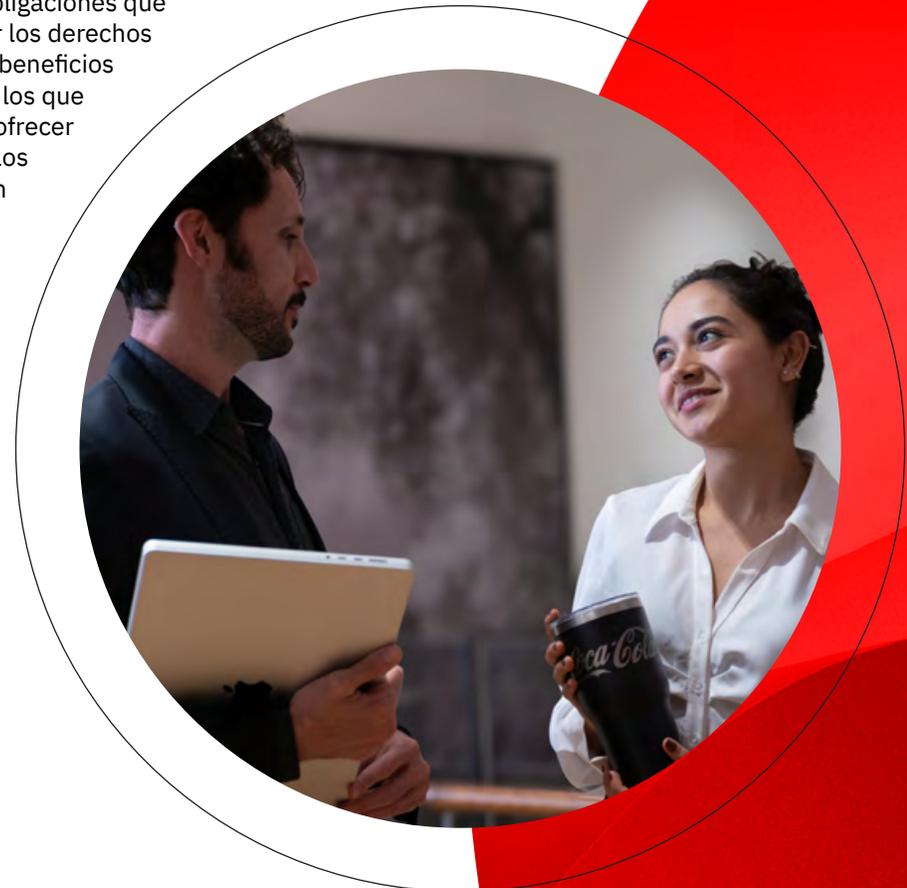
Entre los beneficios se incluyen horarios flexibles, opciones para trabajar de forma remota para ciertas posiciones administrativas y otros roles cuyas funciones lo permiten, cuartos de lactancia donde las madres pueden amamantar a sus hijos durante su horario laboral, y esquemas de permisos por maternidad y paternidad adaptados a los intereses de nuestros colaboradores y en cumplimiento con las regulaciones de cada país.

Los programas efectivos de flexibilidad laboral pueden mejorar la productividad de los colaboradores, el bienestar y nuestros esfuerzos de diversidad, equidad e inclusión y, al mismo tiempo, mejorar nuestro posicionamiento en el mercado de talento. Hacia delante, buscamos establecer metas claras en cuanto a la flexibilidad, tomando en cuenta las necesidades de nuestro personal administrativo y evaluando el potencial de extender las opciones de trabajo flexible a nuestros

colaboradores de primera línea en el mediano plazo. Nuestro objetivo es dar a nuestros colaboradores mayor control sobre cada etapa de su experiencia laboral.

Compensación y beneficios

Trabajamos en cumplimiento con las obligaciones que establece la ley y con pleno respeto por los derechos laborales, superando las condiciones y beneficios que marca la ley en todos los países en los que operamos. Adicionalmente, buscamos ofrecer una remuneración competitiva a todos los colaboradores. Según lo que establecen estudios de firmas de consultoría internacionales, hemos podido determinar que nuestros colaboradores reciben un salario integrado igual o mejor que la media del mercado. Respetamos el derecho de nuestra gente a formar parte de un sindicato y, como tal, nuestros contratos colectivos cubren a aproximadamente 65.8% de los colaboradores. Estos contratos laborales son revisados y acordados con nuestros representantes sindicales, respetando los periodos de validación establecidos además de cumplir con todos los calendarios de notificación.



100%

de nuestros colaboradores regresan al empleo después de un permiso por maternidad y paternidad.

98.8%

de las mujeres y 93.9% de los hombres siguen trabajando en Coca-Cola FEMSA 12 meses después de haber tomado permiso por maternidad o paternidad.



DIVERSIDAD, EQUIDAD E INCLUSIÓN

Incluir a todos en el crecimiento de la compañía

La diversidad, equidad e inclusión (DEI) es un tema fundamental y transversal de nuestro Marco de Sostenibilidad, que refleja su importancia en todas las áreas de nuestras operaciones y relaciones comunitarias. Como compañía, aspiramos a ser la opción que prefiere un talento diverso que valora nuestro compromiso de impulsar y apoyar a todos nuestros colaboradores.

De forma paralela al crecimiento de nuestra compañía, identificamos a grupos subrepresentados dentro de nuestras operaciones con el objetivo de ampliar nuestro reclutamiento de talento para que sea más inclusivo con todos. Nuestros esfuerzos se adaptan para alinearlos con las necesidades únicas de cada uno de los países en los que operamos, con lo que garantizamos que podamos apoyar e impulsar a nuestros colaboradores de forma efectiva.

En Brasil, Colombia, Guatemala y México hemos enfocado nuestros esfuerzos en reclutar a personas con discapacidad, mientras que en otros países estamos mejorando la accesibilidad e inclusión de nuestros lugares de trabajo. Estamos promoviendo la inclusión de las comunidades LGBTQ+ a través de promesas de alianzas, grupos de afinidad y programas de concientización. Por quinto año consecutivo, la Human Rights Campaign Foundation y HRC Equidad MX otorgaron a nuestra compañía el reconocimiento como uno de los mejores lugares para trabajar para la comunidad LGBTQ+ en México.

Hacia delante, estamos comprometidos con atraer, desarrollar y retener a una plantilla diversa, incluyendo a indígenas, afroamericanos y refugiados, así como adultos mayores y personas provenientes de grupos étnica y económicamente vulnerables.

Adopción DEI en nuestro talento, liderazgo y flexibilidad laboral

Talento diverso

Estamos comprometidos con crear un lugar de trabajo diverso, equitativo, inclusivo y respetuoso para todos. Nuestra prioridad es promover espacios seguros en los que nuestros colaboradores puedan participar de pláticas significativas, asegurando que todas las voces sean escuchadas y respetadas. Estos esfuerzos son la personificación de nuestro compromiso con una fuerza laboral tan diversa y vibrante como las comunidades en las que operamos.

Liderazgo inclusivo

Nuestra capacitación en liderazgo inclusivo está diseñada para fortalecer los roles de los líderes como promotores de la diversidad, equidad e inclusión. Entre otros temas, priorizamos la tarea de identificar y atender los prejuicios inconscientes que pudiera haber en el liderazgo y reclutamiento, así como crear conciencia y promover acciones en temas sociales que afectan a nuestras comunidades.

Entorno flexible

Al promover un entorno flexible y ágil, nos adaptamos a las necesidades locales con el diseño e implementación de procesos y prácticas adaptables, incluyendo los modelos parentales y FlexKOF. Fortalecemos y comparamos nuestros esfuerzos al participar en iniciativas globales como el índice de equidad de género de Bloomberg, ONU Mujeres y el Women Matter de McKinsey.

NUESTRO CONSEJO ASESOR DEI JUEGA UN PAPEL FUNDAMENTAL PARA DAR FORMA E IMPLEMENTAR CINCO METAS ESTRATÉGICAS

1. Comprometer a los líderes y hacerlos responsables de rendir cuentas a todo lo ancho de la organización.
2. Definir objetivos y estrategias de largo y corto plazo.
3. Garantizar el buen funcionamiento de los equipos de trabajo a nivel país y región.
4. Garantizar el despliegue de un plan de comunicación interna y externa.
5. Medir, monitorear y evaluar las iniciativas.





Aumentar el talento femenino en toda la compañía

Tomando en cuenta la brecha de género tradicional de la industria, estamos mejorando sustancialmente la representación e inclusión de talento femenino en nuestra compañía, empoderando a las mujeres para que puedan asumir roles de liderazgo y tomando acciones para atraer, desarrollar y retener a mujeres en posiciones de primera línea.

En 2023 más de 2,000 mujeres pasaron a formar parte de Coca-Cola FEMSA, con ello la representación de mujeres a todo lo ancho de nuestra organización pasó de 14% a 16%. Nuestras operaciones están desarrollando y desplegando iniciativas para aumentar y apoyar al talento femenino. Por ejemplo, Brasil mantuvo su programa para capacitar a mujeres para que operen montacargas, realicen mantenimiento a enfriadores y formen parte de nuestros centros de distribución. En Guatemala, establecimos la primera línea de producción operada totalmente por mujeres. También tenemos y seguimos estableciendo acciones de apoyo y grupos de afinidad de empleados en nuestras operaciones.

Adicionalmente, en 2023 incrementamos a 29% la representación de mujeres en posiciones de liderazgo y contamos con un robusto plan para alcanzar nuestra meta de 40% de mujeres en posiciones de liderazgo y gerenciales para el 2030.

COMO SIGNATARIOS DE LOS PRINCIPIOS PARA EL EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES DE LA ONU, ESTAMOS COMPROMETIDOS CON PROMOVER SUS SIETE PRINCIPIOS EN NUESTRAS OPERACIONES.

Igualdad salarial

Buscamos ofrecer remuneración competitiva a todos nuestros colaboradores e igualdad salarial tanto para hombres como para mujeres a todos niveles de la organización. Nuestras políticas y prácticas de compensación consideran una diversidad de factores para cada rol, como la experiencia y el desempeño, sin distinción de género.

En 2023 refinamos nuestra metodología para calcular la brecha de género en compensación a distintos niveles de la organización, alineándolos con las metodologías de los Estándares GRI y del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Los resultados arrojaron una brecha de género de 2.8% en el salario de los hombres comparado con el de las mujeres. Este análisis se realizó calculando el salario promedio de todos los colaboradores, distinguiendo entre hombres y mujeres, excluyendo a los colaboradores cubiertos por contratos colectivos que tienen sus propias estructuras de compensación.

29%

mujeres en posiciones directivas.

13%

mujeres en posiciones relacionadas con STEM.

12%

mujeres en posiciones directivas con funciones que generan ingresos.

STEM: ciencias, tecnología, ingeniería y matemáticas (por sus siglas en inglés).





DESARROLLO COMUNITARIO

En todas nuestras operaciones, aprovechamos nuestra huella para estimular el crecimiento sostenible que beneficie tanto a nuestra compañía como a nuestras comunidades vecinas y cadena de valor. En 2023, promovimos una influencia positiva en la calidad de vida y desarrollo económico de más de 359 mil personas a través de programas comunitarios locales específicos.

Impulsar el cambio: Relación con la comunidad de Coca-Cola FEMSA

En Coca-Cola FEMSA buscamos funcionar como catalizador para lograr un cambio positivo en las comunidades en las que operamos, empezando por quienes están más cerca de nosotros. Dado que reconocemos nuestro papel integral en estas comunidades, sabemos que la prosperidad y longevidad de nuestro negocio están íntimamente ligadas a la capacidad que tenemos de colaborar con nuestros vecinos. Al interactuar directamente con los grupos de interés locales no sólo desarrollamos relaciones mutuamente beneficiosas, sino que también aprovechamos oportunidades para unir fuerzas. De este modo, promovemos soluciones sostenibles que atienden los retos prevaletentes y promueven una prosperidad compartida dentro de nuestro entorno.

Nuestra Metodología de Atención a Riesgos y Relación Comunitario (MARRCO) constituye nuestra guía para establecer y gestionar relaciones productivas de largo plazo con nuestras comunidades vecinas, mismas que crean valor compartido con el objetivo de:

- Evaluar el impacto de nuestras operaciones en las comunidades.
- Comprender las circunstancias locales que podrían afectar nuestras operaciones.
- Identificar oportunidades para colaborar en el mejoramiento del medio ambiente.

Para 2030, buscaremos tener por lo menos un Plan de Relación Comunitario por sitio con base en nuestra metodología MARRCO. Estos planes de relacionamiento incluyen actividades priorizadas enfocadas en atender las necesidades de la comunidad y garantizar la continuidad del negocio. Nos enfocamos en particular en facilitar el acceso a agua, saneamiento e higiene (WASH) en nuestras comunidades vecinas y en el desarrollo social y económico con el apoyo que brindamos a grupos subrepresentados, promoviendo habilidades para el emprendimiento e invirtiendo en el desarrollo comunitario sostenible, de acuerdo con lo que establece nuestro **→ Marco de Referencia de Bonos de Sostenibilidad.**

→ Visite la página 65 para conocer más acerca de nuestras iniciativas WASH en curso.

Metodología de Atención a Riesgos y Relación Comunitario de Coca-Cola FEMSA





FORTALECER NUESTRA CADENA DE VALOR Y LAZOS CON LA COMUNIDAD

Tenemos grandes oportunidades para colaborar con proveedores, clientes y otros grupos de interés para lograr que nuestra robusta cadena de valor sea más sostenible. En particular, nos hemos comprometido a construir fuertes lazos de unión con socios clave dentro de nuestras comunidades, incluyendo pequeñas empresas locales, proveedores medianos y recolectores de PET, lo que nos ayuda a mejorar el nivel de vida y maximizar la contribución positiva que hacemos a nuestras comunidades vecinas.

Participación de nuestros proveedores pequeños y medianos

En línea con nuestras metas de gestión de la cadena de suministro, nos enfocamos en mejorar nuestras alianzas con pequeñas y medianas empresas (PyMEs) de nuestra base de proveedores. Nuestros equipos de abastecimiento y sostenibilidad se relacionan de forma proactiva con estos proveedores PyMEs para explorar esfuerzos colaborativos que no sólo impulsen el desarrollo socioeconómico, sino que también estén alineados con nuestros objetivos ambientales.

Nuestro compromiso con empresas locales

Las pequeñas empresas locales son el corazón de nuestra red comercial que ya es grande y se sigue expandiendo—hay más de 1.9 millones de minoristas y tenderos que distribuyen nuestros productos a consumidores a todo lo largo del canal tradicional. Ello incluye un alto porcentaje de mujeres propietarias de su tienda y personas con diversos contextos.

Colaboramos de forma proactiva con pequeñas empresas locales en nuestras regiones para adaptar nuestros programas de tal forma que contribuyan a su éxito. Estas iniciativas incluyen impartir capacitación en gestión de negocios, promover la inclusión financiera y digital, empoderar a los propietarios de las empresas y crear oportunidades para establecer una red de contactos. Adicionalmente, reconocemos que nuestra amplia red de pequeñas empresas locales tiene un impacto enorme en nuestras metas de sostenibilidad. En este sentido, buscamos alinear nuestros esfuerzos de colaboración con los temas prioritarios de nuestra compañía, incluidas la diversidad, equidad e inclusión, eficiencia del agua, recolección de PET y el abastecimiento de energía eficiente y renovable.





EMPODERAMIENTO DE MUJERES EMPRENDEDORAS

Estamos comprometidos con empoderar a mujeres emprendedoras o dueñas de una empresa en todas nuestras operaciones. En conjunto, nuestros programas destacan el compromiso que tenemos con promover en nuestra región el éxito de empresas encabezadas por mujeres.

En **Brasil**, el programa *Emprenda como Uma Mulher* ha transformado la vida de más de 600 mujeres al brindarles extensa capacitación técnica, herramientas esenciales para el emprendimiento y habilidades avanzadas de gestión de negocio. Esta iniciativa ha potenciado de manera considerable su capacidad de emprendimiento, lo que les permite alcanzar el éxito excepcional y crecimiento de sus empresas.

En **Colombia**, la iniciativa *Emprendamos Juntos* es un programa integral diseñado para tenderas, dueñas de cafés y pequeñas empresarias dentro de nuestra cadena de valor. Más de 4,800 participantes han recibido lecciones esenciales y recursos para su autoempoderamiento, emprendimiento y gestión de negocio, lo que impulsa el crecimiento de sus empresas y sus metas personales.

En **Costa Rica y Nicaragua**, el programa *MujeresON* apoya a las propietarias de restaurantes y cafeterías en zonas metropolitanas. Con un enfoque colaborativo, el programa brinda un apoyo personalizado en financiamiento, capacitación, gestión del punto de venta y empoderamiento para el liderazgo a más de 133 participantes, con lo que logran una mejora enfocada y de alto impacto promoviendo su crecimiento empresarial y personal.

En **Venezuela**, el programa *Red de Empoderamiento de la Mujer* fue diseñado para mejorar las capacidades personales y habilidades administrativas de mujeres propietarias de pequeñas tiendas de abasto. Al enfocarse en estas áreas clave, el programa busca contribuir al empoderamiento personal y económico, favoreciendo un entorno en el que las mujeres logran progresar.

En **México**, en colaboración con Fundación Coca-Cola, iniciamos el programa *Empoderamiento de Mujeres y Pequeños Negocios* que busca promover la fortaleza social, económica y digital de las mujeres y mejorar sus pequeñas empresas. Desde su fundación en 2021, este programa ha tenido un efecto positivo en la vida de 18,000 mujeres en todo el país, brindándoles las habilidades que necesitan para tener éxito personal y profesional.

En **Guatemala**, estamos promoviendo múltiples iniciativas para empoderar a las mujeres y comunidades indígenas por medio de la inclusión, del emprendimiento y la educación en una infraestructura cohesiva de apoyo. De forma paralela, el programa *Casa Productiva* apoya a niñas y adolescentes indígenas al habilitarlas para sembrar huertos familiares, esfuerzo que se suplementa con información sobre nutrición y estilos de vida saludable. Como complemento de estos esfuerzos, el programa *Jóvenes Pioneras* otorga becas para estudios universitarios a mujeres indígenas a quienes les brinda la oportunidad de desarrollar su pleno potencial, además de poder solicitar una posición como becarias dentro de Coca-Cola FEMSA, todo lo cual constituye un enfoque integral al desarrollo comunitario.





MI COMUNIDAD **KOF**

Para Coca-Cola FEMSA, alcanzar el crecimiento sostenible va de la mano con promover el desarrollo sostenible de las comunidades en las que operamos.

Mi Comunidad KOF constituye la piedra angular de la relación con la comunidad dentro de nuestro marco de Sostenibilidad, mismo que refleja nuestro compromiso con tener una interacción significativa y de alto impacto con las comunidades en las que operamos. En este sentido, nos relacionamos activamente con nuestras comunidades vecinas en todas las regiones para conocer a detalle sus condiciones sociales únicas y desarrollar programas que satisfagan sus necesidades locales específicas.

En 2023, más de 359 mil personas se beneficiaron de nuestros programas comunitarios y donativos que contribuyen a una mejor calidad de vida y desarrollo socioeconómico a lo largo de las comunidades en las que operamos.

→ **Visite la página 65** para conocer más acerca de nuestras iniciativas WASH en curso.

→ **Visite la página 69** para conocer más acerca de nuestras iniciativas de recolección de PET en curso.



Rehabilitación de una instalación deportiva en Morelia, México, realizada a través de una colaboración con la Fundación Placemaking México.



Rehabilitación de un parque comunitario en Neza, México.



COMPROMISO CON LA RECONSTRUCCIÓN DESPUÉS DEL HURACÁN OTIS

Ante las secuelas que trajo el paso del huracán Otis, reafirmamos nuestro rol como integrante clave de la comunidad de Acapulco con el apoyo a la recuperación y el fomento de la resiliencia de largo plazo. Trabajando de cerca con agencias gubernamentales y organizaciones comunitarias, estamos contribuyendo a los esfuerzos de recuperación de la comunidad local. Adicionalmente, hemos tomado el liderazgo en la reconstrucción de la infraestructura de Coca-Cola FEMSA. Estos esfuerzos colectivos son esenciales para abrir el camino a un Acapulco más sólido y resiliente.

En respuesta a la urgente necesidad de contar con agua potable después de la devastación causada por Otis en Acapulco, actuamos inmediatamente y suministramos más de 120 mil litros de agua embotellada a las comunidades afectadas. Ante la magnitud del desastre natural, coordinamos nuestros esfuerzos para acelerar la recuperación al desplegar dos vehículos potabilizadores VenXAgua con capacidad para procesar 48 mil litros de agua diariamente. Esta iniciativa permitió a los residentes rellenar garrafones para contar con agua potable y poder preparar sus alimentos, lo que resultó fundamental para atender de forma inmediata el problema del acceso a agua potable en las áreas más afectadas.

Con los vehículos potabilizadores VenXAgua, podemos responder rápidamente en situaciones de desastres naturales, garantizando que las comunidades en México y Colombia tengan acceso a agua potable.

Además de agua, también distribuimos despensas y paquetes de higiene para apoyar el bienestar de nuestros colaboradores y la comunidad en general.

Como ejemplo claro del poder de la colaboración, esta tarea se reforzó con el apoyo de otras unidades de negocio de FEMSA, con lo que se amplió el impacto colectivo y la importancia de establecer sinergias y alianzas en esfuerzos de ayuda en desastres.

Mirando hacia adelante, invertiremos 575 millones de pesos en la reconstrucción de nuestras instalaciones en Acapulco y apoyo a la comunidad, lo que constituye una medida clave para la reactivación de la economía local y la protección del empleo de más de 1,500 de nuestros colaboradores. Esta inversión no sólo es de fundamental importancia para la inmediata recuperación de pequeñas empresas sino también para nuestro compromiso a largo plazo de promover valor económico, social y ambiental en las comunidades en las que operamos. Esta crisis ha servido para fortalecer nuestro compromiso.



GOBIERNO CORPORATIVO

El crecimiento de Coca-Cola FEMSA está apuntalado por un sólido marco de gobierno corporativo que promueve la rendición de cuentas, transparencia y prácticas de negocio éticas y sostenibles a todos los niveles de la organización.

El crecimiento de Coca-Cola FEMSA está apuntalado por un sólido marco de gobierno corporativo que promueve la rendición de cuentas, transparencia y prácticas de negocio éticas y sostenibles a todos los niveles de la organización.

Robusto marco de gobierno corporativo

Nuestro robusto marco de gobierno corporativo es la piedra angular del éxito empresarial de Coca-Cola FEMSA; éste fomenta y promueve prácticas éticas de negocio en nuestras acciones, decisiones y estrategias, las cuales se alinean para entregar valor a nuestros accionistas. Las prácticas que llevamos a cabo se apegan a la legislación, normas y políticas que nos aplican en los países en donde tenemos presencia, así como en los mercados financieros en los que estamos listados: Ley del Mercado de Valores de la Bolsa Mexicana de Valores y la Ley Sarbanes-Oxley de la Bolsa de Nueva York, en Estados Unidos.

Progreso en nuestras metas de sostenibilidad con el apoyo del Consejo de Administración y equipo directivo

En Coca-Cola FEMSA entendemos la importancia que tiene un buen gobierno corporativo para alcanzar nuestras metas ambientales y sociales. Nuestro marco permite alinear nuestras acciones con los compromisos en sostenibilidad, integrando fácilmente las consideraciones ambientales y sociales en las decisiones de negocio. Este enfoque va más allá de la gestión de riesgos; incluye aprovechar activamente oportunidades de crecimiento que no sólo benefician a nuestra compañía, sino que también tienen un impacto positivo en la sociedad en general. Este compromiso con el buen gobierno corporativo nos ayuda a navegar las complejidades del ambiente de negocios moderno, con lo que mantenemos nuestra posición en nuestra industria como un líder responsable, ético y con visión de futuro. Al priorizar el buen gobierno corporativo, reforzamos nuestro compromiso con el crecimiento sostenible de largo plazo.

Nuestro Consejo de Administración, en colaboración con sus comités, juega un papel proactivo en la supervisión de los aspectos ambientales, sociales y de gobierno corporativo. Analiza cuidadosamente los temas materiales de sostenibilidad que tienen un impacto no sólo en nuestras operaciones sino también en nuestros empleados y clientes y en las comunidades a las que atendemos. Este cuidadoso análisis garantiza que los temas queden integrados de manera efectiva en nuestro Marco de Sostenibilidad. La tarea de supervisión del Consejo de Administración también incluye la revisión y aprobación de las políticas de la compañía relacionadas con la sostenibilidad, con lo que se garantiza que éstas estén alineadas con nuestros principales valores y objetivos estratégicos.

Además, el equipo directivo encabeza y es responsable de promover los temas materiales sobre sostenibilidad en toda la compañía. Entre otros temas, el programa de evaluación de desempeño del equipo directivo incluye factores críticos de éxito relacionados con lograr nuestras metas de sostenibilidad en aspectos como la eficiencia en el uso de agua, uso de resina reciclada, apoyo a la comunidad, salud y seguridad ocupacional, cultura de sostenibilidad y métricas de diversidad, equidad e inclusión. Para promover los esfuerzos interdisciplinarios hacia la sostenibilidad en la organización, ciertos miembros del equipo directivo, incluido nuestro Director General y el Equipo de Liderazgo Estratégico, forman parte del Comité de Sostenibilidad interno y participan en los Comités de Sostenibilidad de FEMSA y de The Coca-Cola Company. Con su participación se busca avanzar hacia la consecución de nuestras metas de sostenibilidad y establecer una clara rendición de cuentas en todas las áreas que juegan un papel relevante en nuestras iniciativas de sostenibilidad.

→ Para más información acerca de la experiencia de nuestro equipo directivo en términos de sostenibilidad y nuestro programa de compensación, consulte la página 100.



CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

COMPOSICIÓN DEL CONSEJO

Consejeros:	16
Consejeros independientes*:	8
Otros consejeros no ejecutivos:	8
Consejeros ejecutivos:	0

CONSEJEROS NOMBRADOS POR LOS ACCIONISTAS SERIE A

José Antonio Fernández Carbajal
Presidente del Consejo de FEMSA y Director General de FEMSA
 31 años como Consejero

Javier Gerardo Astaburuaga Sanjines
Consultor Independiente
 Suplente: Martín Felipe Arias Yaniz

Federico José Reyes García
Consultor Independiente
 31 años como Consejero

Ricardo Guajardo Touché*
Consultor Independiente
 Suplente: Alfonso González Migoya
 31 años como Consejero

Enrique F. Senior Hernández*
Director de Administración de Allen & Company, LLC
 20 años como Consejero

José Henrique Cutrale
Director de Sucocítrico Cutrale Ltda.
 Suplente: Graziela Cutrale
 2 años como Consejero

Luis Alfonso Nicolau Gutiérrez*
Socio de Ritch, Mueller, Heather y Nicolau, S.C.
 6 años como Consejero

Francisco Zambrano Rodríguez*
Consultor Independiente
 21 años como Consejero

Luis Rubio Freidberg*
Presidente de México Evalúa Centro de Análisis de Políticas Públicas, A.C.
 7 años como Consejero

CONSEJEROS NOMBRADOS POR LOS ACCIONISTAS SERIE D

John Murphy
Presidente y Director de Finanzas de The Coca-Cola Company
 Suplente: Stacy Lynn Apter
 5 años como Consejero

José Octavio Reyes Lagunes
Retirado
 Suplente: Enrique Rapetti
 8 años como Consejero

Nikos Koumettis
Presidente de la Unidad Operativa de Europa de The Coca-Cola Company
 Suplente: Erin L. May
 2 años como Consejero

Jennifer K. Mann
Vicepresidente Senior Corporativa y Presidente de Norteamérica de The Coca-Cola Company
 Suplente: Félix Poh
 1 año como Consejera

CONSEJEROS NOMBRADOS POR LOS ACCIONISTAS SERIE L

Víctor Alberto Tiburcio Celorio*
Consultor Independiente
 5 años como Consejero

Olga González Aponte*
Presidenta y Directora General de Wild Fork US
 Suplente: Jaime A. El Koury

Amy Eschliman*
Directora Digital de Crate & Barrel Holdings, Inc.
 1 año como Consejera

SECRETARIO DEL CONSEJO (NO MIEMBRO)

Alejandro Gil Ortiz
Secretario del Consejo
 Suplente: Carlos Luis Díaz Sáenz
 2 años como Secretario

* Consejero Independiente



COMITÉS DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Comité de Planeación y Finanzas

- Ricardo Guajardo Touché, Presidente
- Federico Reyes García
- John Murphy
- Amy Eschliman
- Enrique F. Senior Hernández
- Martin Felipe Arias Yaniz

El Comité de Planeación y Finanzas colabora con el equipo directivo para establecer nuestros planes anuales estratégico y financiero de largo plazo, y supervisa la adherencia a estos planes. El comité es responsable de determinar nuestra estructura de capital óptima y recomienda los niveles de endeudamiento apropiados, así como la emisión de valores. La gestión del riesgo financiero es otra de las responsabilidades del Comité de Planeación y Finanzas.

Comité de Auditoría

- Víctor Alberto Tiburcio Celorio, Presidente
- Olga González Aponte
- Alfonso González Migoya
- Francisco Zambrano Rodríguez

El Comité de Auditoría es responsable de revisar la confiabilidad e integridad de los estados financieros con base en los requisitos contables, de control interno y de auditoría. Es el responsable directo del nombramiento, compensación, retención y supervisión del auditor independiente, mismo que reporta directamente al Comité de Auditoría (sujeto a la aprobación del Consejo de Administración). Para llevar a cabo sus funciones, el Comité de Auditoría puede contratar a abogados independientes y otros asesores. Damos una compensación económica al auditor independiente y a cualquier consultor externo contratado por el Comité de Auditoría y proveemos los fondos para cubrir los gastos administrativos en los que incurra el comité en el cumplimiento de sus obligaciones. El Comité

ha implementado procesos para recibir y atender quejas relacionadas con temas de contabilidad, control interno y de auditoría, incluida la presentación de quejas confidenciales y anónimas por los colaboradores en relación con temas de contabilidad o auditoría que resultan dudosos. La función de auditoría interna también le reporta al Comité de Auditoría. Todos los miembros del Comité de Auditoría son consejeros independientes, de acuerdo con lo que establecen la Ley del Mercado de Valores y las normas del NYSE. De conformidad a lo que establece la Ley del Mercado de Valores en México, el presidente del Comité de Auditoría es electo por la asamblea de accionistas. Víctor Alberto Tiburcio Celorio, Presidente del Comité de Auditoría, es experto en finanzas.

Comité de Prácticas Societarias

- Luis Rubio Freidberg, Presidente
- Jaime A. El Koury
- Luis Alfonso Nicolau Gutiérrez

El Comité de Prácticas Societarias es responsable de prevenir o reducir el riesgo de realizar operaciones que pudieran dañar el valor de nuestra compañía o que beneficien a un grupo específico de accionistas. El Comité puede convocar a una asamblea de accionistas y agregar temas que considere apropiados a la orden del día. Además aprueba las políticas sobre transacciones con partes relacionadas, aprueba el plan de compensación del Director General y otros ejecutivos relevantes y apoya al Consejo de Administración en la elaboración de los informes relacionados. El Comité está compuesto exclusivamente de consejeros independientes. De conformidad a lo que establece la Ley del Mercado de Valores de México, el presidente del Comité de Prácticas Societarias es electo por la asamblea de accionistas.





NUESTRO EXPERIMENTADO EQUIPO DIRECTIVO



IAN CRAIG

Director General

Ian Craig se integró a FEMSA en 1994 y a Coca-Cola FEMSA en 2003 y ocupa su cargo actual desde 2023. Con más de 30 años de experiencia en la industria de bebidas, previamente ocupó varios puestos directivos en la compañía, entre los que se incluyen Director de Operaciones en Brasil y, antes, Director de Operaciones en Argentina. También fungió como Director de Finanzas y Planeación Estratégica para la división Sudamérica, Director de Finanzas, Director de Planeación y Asuntos Corporativos de la región Mercosur y Director Corporativo de Finanzas y Tesorería en Coca-Cola FEMSA. Es licenciado en Ingeniería Industrial por el ITESM y tiene una maestría en Administración por Booth School of Business de la Universidad de Chicago y otra maestría en Derecho Comercial por el ITESM.



GERARDO CRUZ

Director de Finanzas

Gerardo Cruz se integró a Coca-Cola FEMSA en 2003 y ocupa su cargo actual desde 2023. Previamente ocupó varios puestos directivos en el área de finanzas de la compañía, entre los que se incluyen Director Corporativo de Finanzas y Tesorería, Director de Planeación y Finanzas para Latinoamérica y Director de Finanzas para Coca-Cola FEMSA Colombia. Adicional a sus responsabilidades como Director de Finanzas, Gerardo supervisa nuestras estrategias de proveedores, gestión de riesgos y bonos sostenibles. A lo largo de su carrera, Gerardo ha sido un fuerte promotor de la inclusión y diversidad. Como Presidente del Consejo de Inclusión y Diversidad de Coca-Cola FEMSA durante los últimos dos años, ha jugado un papel clave para fortalecer el compromiso de la compañía con crear un lugar de trabajo más inclusivo para todos. Es licenciado en Economía y cuenta con una maestría en Estadística Aplicada, ambos títulos por el ITESM.



CATHERINE REUBEN

Directora de Asuntos Corporativos

Catherine Reuben se integró a Coca-Cola FEMSA en 2014 y ocupa su cargo actual desde 2023. Cuenta con amplia experiencia en posiciones de liderazgo, que abarcan áreas institucionales y regulatorias así como asuntos ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ASG), a lo largo de su carrera en Coca-Cola FEMSA. Antes de desempeñarse en su cargo actual, ocupó varios puestos entre los que se incluye Director de Asuntos Corporativos de Coca-Cola FEMSA México, Director Corporativo de Asuntos Regulatorios y Relaciones Institucionales y Gerente de Asuntos Corporativos de Coca-Cola FEMSA Centroamérica, con responsabilidades en Guatemala, Nicaragua, Costa Rica y Panamá. Previamente, Catherine fungió como Directora Ejecutiva de la American Chamber of Commerce de Costa Rica, colaboró con la agencia de promoción de la inversión extranjera de Costa Rica, CINDE, apoyando a empresas interesadas en oportunidades de nearshoring. Cuenta con título de Bachillerato en Economía y Licenciatura en Administración, ha realizado estudios en Comunicación Política y obtuvo el Certificado en Sostenibilidad por el MIT.



NUESTRO EXPERIMENTADO EQUIPO DIRECTIVO



FABRICIO PONCE

Director de Operaciones - México

Fabricio Ponce se integró a Coca-Cola FEMSA en 1998 y ocupa su cargo actual desde 2019. Con más de 27 años de experiencia en la industria de bebidas, previamente ocupó varios puestos directivos, incluidos Presidente y Director General de la Operación en Filipinas, Director de Operaciones en Colombia, Director General de Heineken en Brasil, Director General de Centroamérica, Argentina y Colombia y Director de Planeación Estratégica para Latinoamérica. Antes de ingresar a Coca-Cola FEMSA, colaboró como Consultor Senior en Bain & Company. Cursó la licenciatura en Ingeniería Agrícola, con experiencia en temas de agua, y tiene una maestría en Economía de la Escuela de Negocios INCAE en Costa Rica.



EDUARDO PEREYRA

Director de Operaciones - Brasil

Eduardo Pereyra se integró a Coca-Cola FEMSA en 1996 y ocupa su cargo actual desde 2023. Con más de 28 años de experiencia en la industria de bebidas, previamente ocupó varios puestos directivos entre los que se incluye, Director de Operaciones en Colombia, Director Comercial en Venezuela, Brasil y Colombia y Gerente Regional en México y Colombia. Es licenciado en Ingeniería Civil por el ITESM y tiene una maestría en Administración por la Universidad Adolfo Ibáñez en Chile y una Maestría en Administración de Empresas (AMP) de la Universidad de Navarra, IESE.



AITOR OCEJO

Director de Operaciones - Latinoamérica

Aitor Ocejo se integró a Coca-Cola FEMSA en el 2000 y ocupa su cargo actual desde 2023. Con más de 28 años de experiencia en la industria de bebidas, previamente ocupó varios puestos directivos, entre los que se incluye Director de Operaciones en Guatemala, Director de Operaciones en Venezuela, Desarrollo Comercial y de Negocios en Venezuela, además de diversas posiciones estratégicas operativas y de mercadotecnia en México, así como otros roles en Adquisiciones Inorgánicas Corporativas y Desarrollo Comercial Corporativo. Antes de ingresar a Coca-Cola FEMSA, ocupó varios puestos directivos en The Coca-Cola Company. Es licenciado en Ingeniería Industrial de la Universidad Iberoamericana.



NICOLÁS BERTELLONI

Director de Crecimiento

Nicolás Bertelloni se integró a Coca-Cola FEMSA en 2004 y ocupa su cargo actual desde 2023. Tiene amplia experiencia en las áreas de mercadotecnia e inteligencia de mercado, particularmente en la dirección de equipos durante épocas de transformación y crisis. Previamente, ocupó varios puestos dentro de Coca-Cola FEMSA, entre los que se incluyen Director de Mercadotecnia para las divisiones de Brasil y México y Director de Operaciones en Argentina y Uruguay. Es Licenciado en Administración de Empresas y en Economía, con doble título de la Universidad de Buenos Aires. Además, realizó estudios avanzados de posgrado en Economía Internacional en el Institut für Weltwirtschaft en Alemania y cuenta con una maestría en Administración por la Fundação Getúlio Vargas en Brasil.



NUESTRO EXPERIMENTADO EQUIPO DIRECTIVO

**GABRIEL COINDREAU****Director de Planeación Estratégica**

Gabriel Coindreau se integró a Coca-Cola FEMSA en 2000 y ocupa su cargo actual desde 2023. Con amplia experiencia en planeación estratégica, previamente ocupó varios puestos estratégicos, entre los que se incluye Director Corporativo de Proyectos e Iniciativas Estratégicas, Director Corporativo de Planeación y Desarrollo Organizacional, Director General de Coca-Cola FEMSA Colombia y Centroamérica, así como diversos puestos en las divisiones de Planeación Estratégica Corporativa y Recursos Humanos. Es licenciado en Ingeniería Electrónica por el ITESM.

**RAFAEL RAMOS****Director de Cadena de Suministro e Ingeniería**

Rafael Ramos se integró a Coca-Cola FEMSA en 1999 y ocupa su cargo actual desde 2018. Con más de 32 años de experiencia en la industria de bebidas, previamente ocupó varios puestos directivos, entre los que se incluye Director de Manufactura para el Sureste de México, Director de Cadena de Suministro para México y Centroamérica y Director de Cadena de Suministro en FEMSA Comercio. Como parte de sus responsabilidades como Director de Cadena de Suministro e Ingeniería, Rafael dirige nuestra estrategia de cuidado del medio ambiente en todas nuestras operaciones. Es licenciado en Ingeniería Bioquímica y tiene una maestría en Agrogocios, por la EGADE Business School del ITESM.

**IGNACIO ECHEVARRÍA****Director de Digital y Tecnología**

Ignacio Echevarría se integró a Coca-Cola FEMSA en 2018 y ocupa su cargo actual desde 2021. Con más de 30 años de experiencia en la industria de TI, comenzó su carrera profesional como consultor en tecnología para empresas de consumo en Arthur Andersen. Ingresó a la industria de bebidas hace 18 años, donde ha colaborado en la transformación digital de proyectos en 13 países africanos (Equatorial Bottler Company), 15 países europeos (Coca-Cola European Partners) y 10 países en Latinoamérica (Coca-Cola FEMSA). Ha sido consejero de varias startups y en el sector financiero, en Banco Compartamos y la Fundación Gentera. Es licenciado en Ingeniería Industrial de la Escuela de Ingeniería Industrial de Barcelona y tiene una maestría en Administración por la IE Business School en Madrid.

**ANTONIO DÍAZ-CANEJA****Director de Recursos Humanos**

Antonio Díaz-Caneja se integró a Coca-Cola FEMSA en 2003 y ocupa su cargo actual desde 2023. Con 20 años de experiencia en la división de Recursos Humanos de la compañía, ha supervisado diversos temas entre los que se incluye bienestar de los colaboradores, desarrollo de talento, derechos humanos y diversidad, equidad e inclusión. Antonio se ha desempeñado como Gerente Corporativo de Compensación, Gerente Corporativo de Desarrollo Laboral, Director de Efectividad Organizacional para Coca-Cola FEMSA Filipinas, Director Corporativo Laboral y de Desarrollo Social y Director de Recursos Humanos en Colombia. Es licenciado en Administración de Empresas de la Universidad Iberoamericana.



COMPENSACIÓN DE EJECUTIVOS

Alinear la compensación de los ejecutivos con el valor sostenible de largo plazo

La compensación de los ejecutivos de Coca-Cola FEMSA está en línea con la visión de la compañía de crear valor sostenible de largo plazo.

El programa de evaluación y compensación variable de nuestro Equipo Ejecutivo así como de otros líderes de la compañía y otras personas, incluye Factores Críticos de Éxito colectivos e individuales, que se definen anualmente. De conformidad con los lineamientos establecidos por el Comité de Prácticas Societarias, la mitad del bono anual está ligado con la capacidad de la compañía de lograr sus objetivos financieros, incluidos el EBIT y la eficiencia del capital de trabajo. La otra mitad depende del desempeño individual.

Los Factores Críticos de Éxito del Equipo Ejecutivo incluyen indicadores de desempeño en sostenibilidad alineados con nuestra estrategia de acción climática, enfocados en una reducción de 50% en las emisiones GEI en nuestras operaciones (emisiones de alcance 1 y 2) y en una reducción de

20% en las emisiones GEI de los bienes y servicios que adquirimos y la transportación y distribución upstream en la cadena de valor (emisiones de alcance 3), a partir de la línea base de 2015. Además, buscamos que nuestras operaciones consuman 100% de electricidad de fuentes renovables. Adicionalmente, estos factores incluyen métricas clave relacionadas con el cuidado del agua, desarrollo comunitario, diversidad, equidad e inclusión y otros pilares de nuestro Marco de Sostenibilidad.

El programa de compensación variable disponible para nuestro Director General y Equipo de Liderazgo Estratégico combina bonos de desempeño de corto plazo en efectivo con una compensación de largo plazo en acciones efectivas a tres años.

Compensación del Director General

La compensación de nuestro Director General se determina con base en varios Factores Críticos de Éxito que derivan de la metodología TOPS y del programa de bonos basado en valor económico agregado. Estos factores consideran el desempeño y resultados de los miembros de un equipo dentro de la compañía que, al final, afectan las métricas de desempeño del Director General. En consecuencia, hay una amplia gama de métricas que impactan de manera directa a la compensación de nuestro Director General. Entre las métricas de desempeño del Director General se incluyen el crecimiento de los ingresos, aumento en la rentabilidad, crecimiento general de la empresa (incluida participación de mercado, flujo de efectivo y EBIT), desarrollo del portafolio de bebidas y categorías, desarrollo de nuestras operaciones (incluida la ejecución de mercado y la mejora en el margen), desempeño en nuestras metas de sostenibilidad y la gestión integral de riesgos a todo lo ancho de nuestras operaciones.





FOMENTAR UNA CULTURA DE SEGURIDAD PSICOLÓGICA A TRAVÉS DE NUESTRO SISTEMA INTEGRAL ÉTICO

Sistema Integral Ético

Nuestro Sistema Integral Ético, avalado por el Consejo de Administración, incluye tres elementos fundamentales: Código de Ética, Línea Ética de Coca-Cola FEMSA y el Comité de Ética. En conjunto, estos tres componentes promueven una conducta ética que ratifica el legado de nuestra compañía, permite identificar y atender los actos indebidos y fomenta la comunicación abierta, con lo que se garantiza la integridad de nuestra organización.

Más allá de promover un comportamiento ético, esta estructura es de fundamental importancia para fomentar una cultura de confianza y seguridad psicológica, en la que los colaboradores tengan la seguridad para expresar sus preocupaciones y proveer retroalimentación honesta. Empoderar a nuestros colaboradores con este marco ético es de vital importancia para su participación directa y confiada en la trayectoria transformadora y crecimiento de la compañía.

Hemos actualizado la forma en que gestionamos nuestro Sistema Integral Ético al pasar de sólo enfocarnos en las denuncias recibidas en la Línea Ética de Coca-Cola FEMSA a adoptar un enfoque más integral que incluye elementos clave para la prevención, supervisión, detección y respuesta a dilemas éticos. Nuestro sistema actualizado ahora incluye:

- Marco con normas corporativas robustas y lineamientos internos sobre temas éticos.
- Estrategia de comunicación que refuerza un comportamiento ético y construye confianza en la Línea Ética de Coca-Cola FEMSA.
- Plataforma para administrar la Línea Ética de Coca-Cola FEMSA que mejora la transparencia y confiabilidad.
- Programas de capacitación especializados para nuestros investigadores sobre el cumplimiento ético.

Código de Ética

Como fundamento de nuestra cultura organizacional, el **→Código de Ética** comunica nuestros valores, promueve el buen comportamiento y sirve de guía a nuestros procesos de toma de decisión con base en principios éticos. Nuestro Código de Ética incluye temas importantes como derechos humanos, diversidad, equidad, e inclusión, discriminación, violencia, acoso, conflictos de interés, uso indebido de la información y anticorrupción.

Para más información y para tener acceso al documento completo de nuestro Código de Ética, consulte alguno de los siguientes enlaces:

- Español
- Inglés
- Portugués



**80%****de los colaboradores
tomaron el curso
Mentalidad Ética.**

Capacitación y comunicación sobre ética corporativa y cumplimiento

La piedra angular de nuestro Sistema Integral Ético consta de la implementación de sólidas medidas preventivas enfocadas en fomentar una cultura de cumplimiento en toda la organización.

La responsabilidad personal juega un rol fundamental en el empoderamiento de las personas para que contribuyan con confianza a la consecución de las metas de la compañía. Parte fundamental de este enfoque es nuestro programa de capacitación integral que abarca todos los niveles de responsabilidad en todas nuestras geografías, con lo que se proporciona a los colaboradores el conocimiento y herramientas que necesitan para adherirse a nuestras normas éticas. Además de nuestro programa de capacitación, las campañas de comunicación tienen un rol clave para reforzar la importancia del comportamiento ético. Estas campañas funcionan como un recordatorio periódico para nuestros colaboradores y garantizan que los principios de integridad y rendición de cuentas estén profundamente integrados en nuestros valores corporativos.

Capacitación en ética: El programa de capacitación Mentalidad Ética es una iniciativa clave diseñada para integrar a los valores y prácticas éticas en nuestra cultura organizacional. El objetivo de este programa integral es educar y empoderar a todos los colaboradores, con lo que se garantiza una profunda comprensión de nuestras normas éticas. Con énfasis en la importancia de la integridad, el programa está adaptado para atender los retos y situaciones éticas específicos a los que se podrían enfrentar nuestros colaboradores.

Todos los colaboradores reciben capacitación frecuente y firman una Carta de Cumplimiento de nuestro Código de Ética. Esta medida es decisiva para garantizar no sólo que conocen el Código sino que entienden perfectamente las acciones u omisiones específicas que pueden representar un riesgo para nuestra organización. Adicionalmente, enfatiza la importancia de denunciar cualquier sospecha de violación a través de la Línea Ética de Coca-Cola FEMSA.

Aprovechando la información recabada del mayor número de denuncias recibidas en la Línea Ética de Coca-Cola FEMSA, hemos aumentado la capacitación que reciben los miembros de nuestros Comités de Ética, brindándoles así las capacidades especializadas para realizar investigaciones con distintos matices. Esta medida es clave para mejorar nuestros procesos de investigación para ciertos tipos específicos de casos.

Prevenir la discriminación y el acoso: La capacitación sobre discriminación y acoso son fundamentales dentro del programa de capacitación Mentalidad Ética. Adicionalmente, implementamos webinars y campañas de comunicación dirigidas en todas nuestras operaciones que abordan específicamente los temas relacionados con la violencia en el lugar de trabajo, con énfasis en discriminación y acoso. Estas iniciativas fueron diseñadas para empoderar a nuestros equipos operativos y ofrecen una guía clara para atender y prevenir estos tipos de conducta de forma efectiva.

Campañas de comunicación sobre ética: Estamos expandiendo campañas de comunicación a todas nuestras operaciones para enfatizar la prevención y cumplimiento con el Código de Ética y políticas de la compañía. Estas mejoras buscan abordar proactivamente cualquier problema potencial, lo que demuestra nuestro compromiso con mantener los más altos estándares de conducta ética a toda la organización.



Línea Ética de Coca-Cola FEMSA

Las denuncias sobre un posible incumplimiento con el Código de Ética se reciben a través de la → **Línea Ética de Coca-Cola FEMSA**. Este sistema de denuncia, administrado por un tercero independiente y disponible las 24 horas, siete días a la semana, garantiza que los colaboradores, clientes, proveedores, terceros y cualquier otro grupo de interés pueda presentar una queja de forma anónima. El hecho de que el sistema sea administrado por un tercero garantiza que estas quejas se analicen de forma justa, donde un grupo dedicado de investigadores las analiza de manera imparcial y confidencial.

Fomentamos una cultura en la que las voces de los colaboradores no sólo sean escuchadas sino también puedan influir en las decisiones. Apoyada en un sistema que garantiza la seguridad psicológica, esta iniciativa ha producido un aumento en el número de denuncias que se realizan a través de la Línea Ética de Coca-Cola FEMSA. Los colaboradores ahora sienten mayor confianza para expresar sus preocupaciones, lo cual es indicativo de un lugar de trabajo saludable y transparente en el que el bienestar y diálogo abierto son esenciales.

En 2023, la Línea Ética de Coca-Cola FEMSA recibió 2,163 denuncias sobre temas que varían entre el lugar de trabajo y liderazgo hasta temas operativos y financieros; ninguna de ellas relacionada con derechos humanos.

Denuncias en la Línea de Ética de Coca-Cola FEMSA en 2023



- Recursos humanos 87%
- Información financiera 1%
- Operacionales 12%



- En revisión 32%
- Con fundamento 30%
- Sin fundamento 38%

Comités de Ética

Los Comités de Ética sirven como órganos de supervisión y control; no sólo garantizan la adherencia al Código de Ética sino que atienden las situaciones éticas más relevantes para la compañía.

El Comité de Ética Corporativa es un órgano colegiado cuyas funciones están delimitadas por un marco regulatorio interno, lo que garantiza la independencia de sus decisiones, criterios y medidas correctivas implementadas. El Comité incluye a nuestro Director de Finanzas, Director de Recursos Humanos y Director Legal y de Cumplimiento, y opera de acuerdo a nuestro Sistema Integral Ético. La diversidad de sus miembros garantiza la imparcialidad en el proceso de toma de decisiones.

Entre sus diversas funciones, el Comité de Ética Corporativa se asegura de que las investigaciones sobre las denuncias recibidas a través de la Línea Ética de Coca-Cola FEMSA (que es administrada por un tercero) se realizan con imparcialidad, objetividad y confidencialidad. Este proceso garantiza la protección de quienes presentan una denuncia. Adicionalmente, el Comité define y autoriza criterios y, cuando lo considera necesario, delibera y aprueba, o recomienda, medidas disciplinarias o correctivas ante violaciones al Código de Ética o las políticas corporativas.

Las medidas correctivas para atender situaciones que no se alinean con nuestro Código de Ética incluyen reprimendas, rechazos, persecución criminal por parte de las autoridades competentes y cualquier otra acción legal aplicable. Estas medidas se implementan con base en lo que estipulan los Lineamientos de Sanciones de Coca-Cola FEMSA.

Contamos con Comités de Ética en todos nuestros territorios y éstos reportan al Comité de Ética Corporativa. Localmente, su rol consiste en supervisar el cumplimiento con el Código de Ética y dar atención a las situaciones y quejas éticas más relevantes para la compañía. Son de fundamental importancia para crear en todas nuestras operaciones un ambiente en el que los colaboradores se sientan seguros y apoyados cuando denuncian preocupaciones éticas, con lo que se contribuye a una cultura del lugar de trabajo de transparencia y rendición de cuentas.



RESPECTO A LOS DERECHOS HUMANOS

El enfoque de Coca-Cola FEMSA a los derechos humanos

Como socio embotellador de The Coca-Cola Company y como unidad de negocio de FEMSA, nuestro compromiso con los recursos humanos está fuertemente influenciado por nuestros principales accionistas. Este compromiso se extiende a hacer valer las políticas de derechos humanos a todo lo ancho de la compañía, incluyendo operaciones, colaboradores y proveedores.

Recientemente definido, y adoptado en 2023 en alianza con FEMSA, nuestro Modelo de Diligencia Debida en Derechos Humanos está alineado con los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de las Naciones Unidas. El objetivo del Modelo es defender nuestro compromiso y responsabilidad con los derechos humanos al transformar los retos en oportunidades, crear valor para el negocio y generar un impacto social positivo en los países en los que operamos.

MODELO DE DILIGENCIA DEBIDA EN DERECHOS HUMANOS DE FEMSA

- 1. Identificación:** Análisis de las actividades de la Compañía y de los Derechos Humanos que potencialmente podrían verse impactados.
- 2. Evaluación:** Clasificación y priorización de los Derechos Humanos en función de nuestras operaciones y gestión sobre los hallazgos.
- 3. Denuncia:** Atención de manera ágil las quejas sobre impactos negativos en los derechos humanos detectados a través de los mecanismos institucionales como la Línea Ética de Coca-Cola FEMSA.
- 4. Remediación:** Reparar y evitar que dichos impactos negativos se repitan.
- 5. Prevención:** Implementar iniciativas, procesos y políticas para prevenir violaciones futuras a los recursos humanos.

Signatarios del Pacto Mundial de la ONU

Desde 2022, Coca-Cola FEMSA es uno de los signatarios del Pacto Mundial de la ONU, la mayor iniciativa corporativa en sostenibilidad del mundo. Esta iniciativa invita a las empresas a integrar sus 10 principios universales relacionados con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la anticorrupción en sus operaciones o cadena de valor. Vale la pena resaltar que FEMSA y The Coca-Cola Company se unieron al Pacto Mundial en 2005 y 2006, respectivamente, lo que subraya nuestro compromiso compartido con estos principios globales.

Proteger los derechos humanos y laborales

Tal como lo describe nuestra Política de Derechos Humanos y Laborales, prohibimos estrictamente todas las formas de trabajo infantil y forzoso dentro de nuestras operaciones, en adhesión a las leyes locales sobre el empleo de menores. Garantizamos que todas nuestras relaciones laborales se establezcan de forma voluntaria y rechacen categóricamente cualquier forma de trabajo no remunerado, servidumbre o esclavitud y la práctica de retener forzosamente los documentos personales como condicionante para el empleo. A través de nuestros Principios Guía para Proveedores, describimos las normas mínimas a las que esperamos que se adhieran nuestros proveedores para atender aspectos cruciales de derechos humanos y laborales.

Compromiso más allá de nuestras operaciones

Como prerrequisito, los nuevos proveedores de Coca-Cola FEMSA se deben comprometer con nuestros Principios Guía para Proveedores y con el Código de Ética de la compañía. Estos documentos describen los valores y comportamientos que esperamos de y auditamos en nuestra cadena de valor. Adicionalmente, como parte del proceso de registro de nuestros proveedores, realizamos evaluaciones sobre anticorrupción y lavado de dinero para garantizar el pleno cumplimiento con las regulaciones que nos aplican.

- **Declaración de Compromiso con los Derechos Humanos**
- **Principios Guía para Proveedores**
- **Política de Derechos Humanos y Laborales**
- **Declaración sobre Esclavitud Moderna de The Coca-Cola Company**
- **Más información sobre el compromiso con los derechos humanos de The Coca-Cola Company**





CIBERSEGURIDAD

Garantizar el crecimiento digital

Conforme nuestra empresa ha expandido su huella digital como parte de la estrategia de crecimiento, tenemos una responsabilidad fundamental para proteger nuestras capacidades digitales e información sensible. Nuestras iniciativas cibernéticas y de seguridad de la información se centran en prevenir la alteración del negocio y proteger nuestra información de ciberataques, además de gestionar de forma responsable la información sensible. Sin mecanismos efectivos de ciberseguridad y seguridad de la información, nos enfrentamos a riesgos como alteraciones operativas resultado de ataques de ransomware, violaciones de datos, fraudes y otros.

En Coca-Cola FEMSA, gestionamos los riesgos en ciberseguridad inherentes a nuestras operaciones para salvaguardar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información, sea ésta transmitida, almacenada, procesada o borrada en medios físicos y digitales.

Programa de ciberseguridad de Coca-Cola FEMSA

Nuestro programa de ciberseguridad se desarrolló con base en y en línea con normas internacionales, mejores prácticas y marcos de referencia mundiales tales como ISO 27001 y NIST SP 800-53, entre otros, lo que refleja nuestro compromiso con adherirnos a las más estrictas referencias en seguridad de la información y resiliencia.

El programa de ciberseguridad consta de cuatro pilares que sirven de apoyo a un círculo virtuoso que impulsa la mejora continua de nuestros controles a nivel de gente, tecnología y procesos, lo que garantiza que la organización se pueda adaptar ante nuevas amenazas, cumplir con los requisitos regulatorios y proteger sus activos informáticos de manera eficiente. Este programa cuenta con el apoyo de una robusta estructura regulatoria interna de ciberseguridad que incluye nuestra Política de Ciberseguridad, 14 normas globales y 15 estándares. Se beneficia de la supervisión que realizan varias entidades de gobierno corporativo, incluidos el Comité de Auditoría del Consejo de Administración, un Comité Ejecutivo de Gestión y un Director de Seguridad de la Información, quien encabeza nuestra estrategia de ciberseguridad.

Además, nuestro enfoque conjunta la experiencia técnica interna y externa, con una clara segregación de responsabilidades entre el gobierno corporativo y los roles operativos. En este sentido, llevamos a cabo auditorías internas sobre ciberseguridad de manera permanente, cuyos resultados se reportan directamente al Comité de Auditoría del Consejo de Administración. Además, se realizan evaluaciones independientes, incluyendo las auditorías que llevan a cabo FEMSA y The Coca-Cola Company, que ofrecen una visión fundamental sobre nuestro estado de madurez y seguridad. Adicionalmente, nuestras prácticas se alinean con el Marco de Referencia de Resiliencia del Negocio de The Coca-Cola Company, lo que garantiza el cumplimiento con normas de ciberseguridad establecidas.

PROCESO DEL PROGRAMA DE CIBERSEGURIDAD

- 1. Objetivos estratégicos:** Implementamos una robusta estrategia de seguridad de la información basada en riesgos que apoya los objetivos estratégicos de la compañía, mismos que nos guían en la búsqueda de la excelencia empresarial.
- 2. Estado de ciberseguridad:** Nuestro plan anual de ciberseguridad monitorea directamente la exposición a riesgos potenciales para establecer un robusto estado de ciberseguridad que protege los activos y la reputación contra las cambiantes amenazas digitales. El programa también incluye la evaluación constante de nuestra postura en ciberseguridad que realizan terceros, con lo que podemos mejorar de manera constante nuestros mecanismos y procesos de protección.
- 3. Pentesting y gestión de la vulnerabilidad:** El análisis de la vulnerabilidad y ejercicio éticos de hackeo, conocido como *pentesting*, que realiza un tercero, sirven para identificar y mitigar de forma sistemática las vulnerabilidades y proteger en contra de las cambiantes amenazas cibernéticas.
- 4. Proceso de mitigación:** Mejorar la ciberseguridad al ejecutar proyectos y tareas derivadas de las evaluaciones técnicas y de riesgo.





FORTALECER LAS DEFENSAS CIBERNÉTICAS: LECCIONES Y ACCIONES RELACIONADAS CON EL INCIDENTE DE COCA-COLA FEMSA EN 2023

En 2023 nuestra compañía se enfrentó a un incidente de ciberseguridad que atendimos de manera inmediata al activar los protocolos de protección de ciberseguridad y respuesta. A lo largo de este periodo mantuvimos pleno control sobre todas las aplicaciones de nuestra empresa y la infraestructura relacionada.

Las medidas que tomamos en respuesta al incidente de ciberseguridad fueron preventivas y no sufrimos ningún incidente material negativo en las funciones relacionadas de la compañía. Nuestras operaciones de negocio y servicio al cliente no tuvieron ningún problema con los procedimientos de respaldo y un sólido enfoque en la salvaguarda de la integridad, confidencialidad y disponibilidad de nuestra información. Nuestros efectivos controles identificaron y atendieron el incidente de inmediato y, para el cierre del trimestre, habíamos reanudado de manera exitosa los procesos primarios normales.

La seguridad de la información es extremadamente importante para nosotros. Nuestro equipo, incluidos los expertos externos, ha estado trabajando para mejorar el programa de gestión de riesgos cibernéticos y postura de seguridad con base en las lecciones aprendidas de este incidente. Llevamos a cabo una evaluación forense integral del incidente para garantizar la total seguridad de nuestros sistemas. Este enfoque enfatizó nuestro compromiso con rigurosos estándares de ciberseguridad y nuestra dedicación a proteger los intereses de nuestros grupos de interés.

Durante el año, fortalecimos aún más los controles enfocándonos en mejorar procesos, tecnología y personal, buscando potenciar la prevención, detección y resiliencia ante ciberataques. Además, fortalecimos nuestros esfuerzos de capacitación y concientización de los colaboradores para mejorar los comportamientos seguros en línea.

Nuestra ambición en ciberseguridad y seguridad de la información es convertirnos en un líder reconocido dentro del Sistema Coca-Cola y a todo lo largo de nuestra cadena de valor.





GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO

Resiliencia y sostenibilidad en la cadena de suministro

Estamos comprometidos con tener una cadena de suministro robusta y resiliente, que es esencial para una entrega confiable de nuestros productos a los clientes. Este compromiso implica promover el flujo continuo de insumos así como colaborar con nuestros proveedores para avanzar en las prioridades en materia de sostenibilidad. En este sentido, seguimos un robusto proceso para evaluar a los proveedores, con lo que fomentamos que la cadena de suministro esté alineada con nuestras metas de sostenibilidad.

Los Principios Rectores para Proveedores de The Coca-Cola Company

Como embotelladores dentro del Sistema Coca-Cola, nos adherimos a rigurosos estándares con base en auditorías realizadas bajo el protocolo de los Principios Rectores para Proveedores de The Coca-Cola Company. Estas evaluaciones las lleva a cabo una firma externa acreditada que nombra The Coca-Cola Company, con lo que asegura que nuestras operaciones se adhieran a sus 12 Principios Rectores para Proveedores.

En 2023, The Coca-Cola Company realizó 123 evaluaciones de proveedores estratégicos en nuestro sistema, en línea con los Principios Rectores para Proveedores y los Principios Guía para Agricultura Sostenible de The Coca-Cola Company.

Proveedores evaluados bajo los Principios Rectores para Proveedores de The Coca-Cola Company

Country	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
México	52	40	59	37	27	130	46	37
Costa Rica	3	7	0	1	7	0	1	7
Guatemala	5	8	7	8	7	7	7	7
Nicaragua	1	0	0	1	1	0	1	1
Panamá	0	3	3	2	1	1	3	2
Argentina	11	19	10	10	10	25	11	11
Brasil	47	102	51	42	57	65	45	45
Colombia	7	18	11	4	10	25	6	13
Total	126	197	141	105	120	253	120	123



ABASTECIMIENTO SOSTENIBLE DEL AZÚCAR

Al cierre de 2023, 72% de nuestros proveedores de azúcar habían obtenido la certificación Bonsucro. Estas compañías proveen 71% de nuestro suministro total de azúcar, por volumen. Bonsucro es la más importante plataforma global de sostenibilidad y la norma para la caña de azúcar. Su objetivo es acelerar la producción y uso sostenible de la caña de azúcar con enfoque en acción climática y derechos humanos, agregando valor dentro de la cadena de suministro. Esto es indicativo de nuestra medida estratégica para garantizar que una parte considerable de nuestro principal insumo agrícola, el azúcar, sea abastecida de manera responsable en términos ambientales y de responsabilidad social.



Evaluación del desempeño en sostenibilidad de los proveedores empleando nuestros Principios Guía para Proveedores

Además de cumplir con los Principios Rectores para Proveedores de The Coca-Cola Company, como requisito, los nuevos proveedores de Coca-Cola FEMSA se deben comprometer con nuestros propios → **Principios Guía para Proveedores** y con el Código de Conducta de la compañía. Estos documentos describen los valores y comportamientos que esperamos de y auditamos en nuestra cadena de valor. Adicionalmente, como parte del proceso de registro de nuestros proveedores, realizamos evaluaciones sobre anticorrupción y lavado de dinero para garantizar el pleno cumplimiento con las regulaciones que nos aplican.

En 2023, evaluamos a 749 proveedores en términos de su cumplimiento con los principios y valores de nuestra compañía en cuatro categorías: cuidado del medio ambiente, derechos sociales y laborales, participación de la comunidad y com-

portamiento ético. También seguimos alentando a nuestros proveedores de nivel 2—es decir, los proveedores de nuestros proveedores—a que apliquen nuestros Principios Guía para Proveedores. En 2023, evaluamos a 50 proveedores de nivel 2, para un total de 228 evaluaciones realizadas desde 2018.

Además, en Coca-Cola FEMSA nuestro compromiso va más allá de la sola evaluación; a través del programa de proveedores de FEMSA, ofrecemos directamente a nuestros proveedores la oportunidad de recibir capacitación y apoyo, lo que les permite avanzar en su trayectoria hacia la sostenibilidad. Esta iniciativa refleja nuestro compromiso no sólo con mantener altos estándares sino también con fomentar un entorno de cooperación que promueva las prácticas sostenibles a todo lo largo de nuestra cadena de suministro.

Proveedores evaluados bajo los Principios Guía para Proveedores de Coca-Cola FEMSA

Country	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
México	198	245	172	165	164	143	217	246
Costa Rica	120	106	34	41	35	47	38	38
Guatemala		49	34	36	35	57	68	61
Nicaragua	84	94	27	21	15	24	13	20
Brasil		45	66	63	245	266	187	223
Panamá			36	24	30	36	34	35
Argentina			31	31	17	42	41	34
Colombia				30	51	56	45	60
Uruguay				15	27	28	22	32
Total	402	539	400	426	619	699	665	749

PROGRESO EN NUESTRAS METAS DE REDUCCIÓN DE EMISIONES DE ALCANCE 3

Colaborar con nuestros proveedores es fundamental para poder reducir nuestras emisiones de alcance 3, que constituyen una parte considerable de nuestra huella de carbono. Participar de cerca con ellos nos permite extender nuestros esfuerzos de sostenibilidad más allá de nuestras operaciones directas, impulsando una acción colectiva hacia la responsabilidad ambiental.

Entre nuestros principales 25 proveedores, que representan 51% de nuestras emisiones de alcance 3, 52% han establecido metas basadas en la ciencia y otro 12% se ha comprometido con la iniciativa de Objetivos Basados en Ciencia (SBTi) para reducir sus emisiones de gases efecto invernadero en línea con los esfuerzos que se realizan globalmente.



95%

de nuestro
abastecimiento
proviene de
proveedores
locales



GESTIÓN DE RIESGOS

Proceso de la gestión de riesgos

Nuestro proceso integral de gestión de riesgos juega un papel fundamental en cómo atendemos el impacto que factores internos y externos pueden tener en nuestra compañía. Esto implica identificar, evaluar e informar sobre los riesgos de corto y largo plazo para no sólo cuantificar su impacto potencial sino también desarrollar planes estratégicos de mitigación. Nuestro enfoque proactivo hacia la identificación de riesgos nos permite reconocer y comprender los riesgos emergentes eficientemente. Este enfoque proactivo también garantiza que estemos bien preparados para salvaguardar la continuidad del negocio frente a adversidades imprevistas.

Entre los elementos clave de nuestro marco de gestión de riesgos se incluyen los siguientes

- Realizar un análisis de sensibilidad sobre los riesgos financieros y no financieros para comprender sus implicaciones potenciales.
- Revisar periódicamente la exposición al riesgo de nuestra compañía para adelantarnos a cualquier amenaza emergente.
- Auditar nuestro proceso de gestión de riesgos para asegurar el cumplimiento con las normas y mejores prácticas de la industria.

Integrar una perspectiva de sostenibilidad

Nuestro exhaustivo proceso de gestión de riesgos está íntimamente ligado tanto con nuestro estudio de materialidad como con nuestro Marco de Sostenibilidad. Esta relación garantiza que los riesgos en sostenibilidad que identificamos se prioricen con base a varios factores clave: la probabilidad de que ocurran, su impacto potencial y el momento en que pueden incidir en temas materiales. Adicionalmente, consideramos cómo se relacionan estos riesgos con la estrategia general y con las medidas específicas que estamos implementando para mitigarlos. Este enfoque metodológico nos permite gestionar los riesgos de forma estratégica y alinearlos con nuestras metas organizacionales más amplias, reforzando así nuestro compromiso con una gestión de riesgos robusta y con visión de futuro.

Integrar una perspectiva de sostenibilidad en estos procesos requiere que adoptemos una visión de nuestras operaciones de más largo plazo y más amplia, tomando en cuenta interdependencias como la relación entre la regulación ASG potencial y nuestra capacidad para operar. Varios de los riesgos se pueden mitigar a través de acciones efectivas, lo que significa que es fundamentalmente importante tener una visión muy precisa de dónde se encuentran esos riesgos. Durante la última actualización de nuestra base de riesgos y controles, encontramos que aproximadamente 28% de los riesgos identificados están ligados con uno o varios aspectos ASG.

La gestión ligada a la sostenibilidad requiere que difundamos la información para mantener la transparencia y contribuir a que nuestros grupos de interés estén bien informados sobre nuestras acciones de mitigación de riesgos. Nuestro objetivo consiste en establecer un proceso de gestión de riesgos en sostenibilidad que sea maduro y líder en la industria y cuantifique e informe a nuestros grupos de interés sobre nuestro impacto en sostenibilidad.

GESTIÓN EFICIENTE DE INCIDENTES Y CRISIS

Nuestra metodología de Manejo de Incidentes y Resolución de Crisis (MIRC) es un enfoque integral diseñado para gestionar incidentes y crisis de forma eficiente. Liderada por FEMSA, MIRC se implementa a todo lo ancho de nuestras operaciones, tanto a nivel de distribución como de manufactura, para garantizar que nuestros centros de trabajo cuenten con la capacidad para responder de forma rápida y efectiva. Esta metodología incluye la identificación de incidentes, el análisis de impactos potenciales, la evaluación de la probabilidad de que ocurran y el desarrollo de planes de emergencia y estrategias de mitigación de riesgos, lo que nos permite mantener la resiliencia y la continuidad operativa.





MATRIZ DE GESTIÓN DE RIESGOS

Nuestra empresa tiene presencia en diferentes países y regiones, por lo que continuamente estamos expuestos a un entorno que presenta desafíos y riesgos. Nuestra capacidad para administrar los riesgos potenciales es de fundamental importancia para la creación de valor. Así, nuestra estrategia incluye un Proceso de Gestión Integral de Riesgos que permite identificarlos, medirlos, registrarlos, evaluarlos, prevenirlos y mitigarlos.

Riesgo principal



Relaciones estratégicas con accionistas

Nuestra empresa depende de nuestra relación con The Coca-Cola Company y FEMSA, y cualquier cambio en esta relación podría afectarnos de manera adversa.

Impactos potenciales

- Terminación de los acuerdos de embotellador.
- Acciones contrarias a los intereses de nuestros accionistas distintos a The Coca-Cola Company o FEMSA.

Medidas clave de mitigación

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

Riesgo principal



Competencia

Nuestros competidores podrían tener un efecto adverso en nuestra compañía, situación financiera y resultados de la operación.

Impactos potenciales

- Cambios en las preferencias de los consumidores.
- Menores precios de la competencia.

Medidas clave de mitigación

- Ofrecer precios asequibles, empaques retornables, promociones efectivas, acceso a las instalaciones de los minoristas y suficiente espacio de anaquel, mejorar el servicio al cliente y ofrecer productos innovadores.
- Identificar, estimular y satisfacer las preferencias de los consumidores.



Preferencias de los consumidores

Cambios en las preferencias de los consumidores, impulsores de la demanda y hábitos de consumo que pueden generar una variación en la demanda de algunos de nuestros productos.

- Variación en la demanda de nuestros productos.
- Las preocupaciones por la contaminación plástica pueden cambiar las preferencias del consumidor respecto a nuestro portafolio.

- Transformarnos en una compañía exclusivamente de bebidas, ello en línea con los cambiantes gustos y estilos de vida de los consumidores.
- Construir un portafolio exitoso de múltiples categorías de productos y presentaciones.
- Impulsar nuestro portafolio de productos bajos en azúcar y sin azúcar, adelantándonos a las tendencias de los consumidores.
- Ofrecer opciones de empaques sostenibles para nuestras bebidas.



Incidentes cibernéticos

Dado que nuestra empresa depende altamente de sistemas de información y servicios digitales, ésta se podría ver considerablemente afectada en caso de una violación en la seguridad o un incidente cibernético que pudiera afectar la confidencialidad, disponibilidad o integridad de la información o los sistemas informáticos.

- Alteración del negocio.
- Robo o revelación no autorizada de información sensible o confidencial.
- Incumplimiento con la regulación.
- Fraude.
- Pérdida económica.
- Daño a la reputación y/o impacto en el valor de la acción.

- Un enfoque sistémico a la ciberseguridad basado en las normas de la industria y del Marco de Resiliencia del Negocio de The Coca-Cola Company.
- Supervisión por parte del Comité de Auditoría del Consejo, el equipo directivo y el Director de Seguridad de la información.
- Estructura organizacional enfocada en la ciberseguridad.
- Proceso de gestión de riesgos soportado por evaluaciones independientes periódicas.
- Programa de concientización y capacitación de los colaboradores sobre ciberseguridad, ingeniería social y prevención de *phishing*.
- Inversión continua para fortalecer la seguridad de procesos y tecnologías existentes.
- Enfoque en seguridad por diseño para nuevas iniciativas digitales de la compañía.
- Mejora continua en el monitoreo, respuesta a incidentes y capacidad de resiliencia.



Marcas registradas de Coca-Cola

La reputación de la marca Coca-Cola o de nuestra marca, o violaciones a la marca podrían tener un efecto adverso en nuestra compañía.

- Daño a la reputación de la marca registrada Coca-Cola y la nuestra.

- Mantener la reputación y derechos a la propiedad intelectual de las marcas Coca-Cola y las nuestras.
- Proteger a la marca de manera efectiva.
- Cumplir cabalmente con las Políticas de Mercadotecnia Responsable.

**Riesgo principal****Condiciones económicas, políticas y sociales.**

Las condiciones económicas y acontecimientos políticos y sociales adversos en los países en los que operamos y en otros lugares, así como cambios en las políticas gubernamentales, podrían tener un efecto adverso en nuestra compañía, situación financiera, resultados de operación y proyecciones.

Impactos potenciales

- Afectar y reducir el ingreso per cápita de los consumidores, lo que podría producir una reducción en su poder adquisitivo.
- Menor demanda de nuestros productos, menor precio real de nuestros productos o un cambio hacia productos de menor margen.
- Podría tener un efecto adverso sobre nuestra compañía y afectar de manera material nuestra situación financiera, resultados de la operación y proyecciones.
- Cambios repentinos en nuestra producción debido a ajustes regulatorios de última hora, que podrían implicar aumento de costos.

Medidas clave de mitigación

- Proteger nuestra exposición a tasas de interés, tipos de cambio y costos de las materias primas mediante una estrategia de gestión de riesgos.
- Evaluar de manera anual, o con más frecuencia cuando las circunstancias lo requieran, los posibles efectos financieros de estas condiciones y, en la medida de lo posible, anticipar medidas de mitigación.
- Desarrollar escenarios y planes de contingencia para enfrentar condiciones sociopolíticas adversas (como una revuelta social posterior a un proceso electoral) que permitan la continuidad del negocio, considerando, entre otras, las siguientes opciones: rutas de distribución alternas, gestión de inventarios para priorizar SKU críticos, protección de los activos financieros, etc.

**Regulación**

Los impuestos y los cambios a las regulaciones de las regiones en donde tenemos presencia podrían tener un efecto adverso en nuestra compañía.

- Aumento en los costos operativos y de cumplimiento.
- Restricciones impuestas a nuestras operaciones.
- Límites sobre el uso de ciertos ingredientes o materiales de empaques (PET).
- Nuevos impuestos, aumentos en los impuestos existentes o cambios en la interpretación de las leyes fiscales y la regulación por parte de las autoridades podrían tener un efecto adverso en nuestra compañía, situación financiera y resultado de las operaciones.

- Identificar riesgos regulatorios y propuestas de cambios a la regulación que afectan de manera directa a nuestra operación y situación financiera.
- Trabajo de promoción para brindar asesoría sobre los cambios a la regulación propuestos por los legisladores.

Riesgo principal**Procesos legales**

Los resultados desfavorables de procesos legales podrían tener un impacto adverso en nuestra compañía.

**Condiciones climatológicas, desastres naturales y crisis de salud pública**

Las condiciones climatológicas adversas, desastres naturales y crisis de salud pública pueden tener un efecto adverso sobre nuestra compañía, situación financiera, resultados de operaciones y proyecciones.

**Adquisiciones y alianzas comerciales**

La incapacidad de integrar de manera exitosa las adquisiciones o no lograr las sinergias esperadas podría tener un efecto adverso sobre nuestras operaciones.

Impactos potenciales

- Investigaciones y procesos legales sobre impuestos, protección al consumidor y asuntos ambientales y laborales.
- Impacto en los patrones de consumo y ventas de bebidas.
- Afectaciones sobre la capacidad instalada de las plantas, infraestructura carretera y puntos de venta.
- Podría tener un efecto adverso sobre nuestra compañía, situación financiera, resultados de operaciones y proyecciones.

- Problemas o pasivos imprevistos o costos adicionales relacionados con la reestructura e integración de las operaciones.

Medidas clave de mitigación

- Cumplir con la legislación y regulación que nos aplica y con la política de derechos laborales.

- Implementar planes de continuidad del negocio y protocolos de seguridad para proteger a los colaboradores y evitar alteraciones significativas en nuestro negocio.
- Adquirir seguros para los activos y operaciones para protegernos contra dichos eventos adversos.

- Integrar las operaciones de los negocios adquiridos o fusionados de manera oportuna y efectiva, reteniendo a los colaboradores calificados y con la experiencia necesaria.

**Riesgo principal****Tipo de cambio**

La depreciación de las monedas locales con relación al dólar estadounidense en los países en los que operamos podría tener un efecto adverso en nuestra situación financiera y resultados.

**Cambio climático**

Las condiciones climatológicas adversas podrían afectar a nuestra compañía y resultado de las operaciones.

**Redes sociales**

La información negativa o imprecisa publicada en redes sociales podría tener un efecto adverso en nuestra reputación.

Impactos potenciales

- Pérdida financiera.
- Incremento en el costo de algunas materias primas.
- Podría tener un efecto adverso en nuestros resultados, situación financiera y flujo de efectivo en el futuro.

- Podría tener un efecto negativo en los patrones de consumo y reducir las ventas.
- Podría afectar la capacidad instalada de las plantas, infraestructura carretera, abastecimiento de materias primas y puntos de venta.

- Daño a nuestras marcas o reputación corporativa sin que tengamos oportunidad de corregir la información.

Medidas clave de mitigación

- Seguir de cerca los acontecimientos que pudieran afectar el tipo de cambio.
- Cubrir nuestra exposición al dólar estadounidense con respecto a ciertas monedas locales, nuestras obligaciones de deuda denominadas en dólares y la adquisición de ciertas materias primas denominadas en dólares.

- Identificar las fuentes de emisiones de CO₂e en nuestras operaciones.
- Apoyar y cumplir con las medidas de mitigación del cambio climático.
- Identificar y reducir nuestra huella ambiental a través del uso eficiente de agua, energía y materiales.

- Proteger a la marca de manera efectiva.
- Comunicación externa proactiva.

Riesgo principal**Agua**

El desabasto de agua o la imposibilidad de mantener nuestras concesiones de agua actuales podría tener un efecto adverso en nuestra compañía.

**Materias primas**

El incremento en el precio de las materias primas que utilizamos para elaborar nuestros productos puede tener un efecto adverso en los costos de producción. La disponibilidad insuficiente de materias primas podría limitar nuestra producción de bebidas.

Impactos potenciales

- El suministro de agua podría ser insuficiente para satisfacer nuestras necesidades futuras.
- El suministro de agua podría verse afectado de forma adversa debido a desabasto o cambios en la regulación gubernamental o en el medio ambiente.
- Se podrían dar por terminados las concesiones o contratos de agua o no ser renovados.

- El desabasto o disponibilidad insuficiente de materias primas puede tener un efecto adverso en nuestra capacidad para garantizar la continuidad de la producción.
- Ajustar nuestro portafolio de productos con base en la disponibilidad.

Medidas clave de mitigación

- Uso eficiente del agua.
- Ejecutar proyectos de conservación y reposición del agua.
- Cumplimiento legal al 100%.
- Desarrollar un índice de riesgo hídrico, incluyendo cuatro aspectos que deben ser evaluados: riesgos comunitarios y de percepción, escasez de agua y otros insumos, riesgos regulatorios y riesgos legales para todas nuestras plantas embotelladoras.
- Trabajo de promoción con los gobiernos para proporcionar mejores prácticas sobre las regulaciones propuestas.
- Actualizar la herramienta y planes de trabajo de análisis de riesgo hídrico para que contemplen aspectos como el cambio climático, resiliencia ante el estrés hídrico, vulnerabilidades mediáticas y sociales, así como regulaciones y volumen de producción para todas nuestras plantas embotelladoras.
- Garantizar las concesiones de agua para nuestras plantas de producción.

- Implementar medidas para mitigar el efecto negativo de la política de precios de nuestros productos sobre el margen, como tomar coberturas con instrumentos financieros derivados.
- Atender proactivamente el riesgo de suministro en nuestra cadena de valor.
- Cumplir estrictamente con nuestros Principios Guía para Proveedores.
- Ajustar estratégicamente nuestro portafolio de productos para poder minimizar el efecto de ciertas alteraciones en la operación.

→ Para más información, consulte nuestro Informe 20-F.

GESTIÓN ESTRATÉGICA DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES CLIMÁTICAS

Los impactos del cambio climático no sólo son relevantes para el planeta en general; lo son también para las comunidades en las que operamos. Por ello, identificar los riesgos y oportunidades relacionados con el clima nos permitirá estar preparados para mitigar sus efectos, construir resiliencia en las comunidades y garantizar que el crecimiento de nuestra organización se alcance de manera responsable y que sirva a nuestros grupos de interés. Para responder a las preocupaciones de nuestros grupos de interés y estar preparados ante cual-

quier reto futuro relacionado con el clima, identificamos y clasificamos los principales riesgos y oportunidades, así como su potencial impacto financiero en el corto, mediano y largo plazo.

→ Para más información, consulte nuestro informe 2023 del Grupo de Trabajo sobre Divulgaciones Financieras Relacionadas con el Clima (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, TCFD) en la página 121.

APÉNDICES





RESUMEN FINANCIERO

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

	U.S. (*)	2023	2022 ⁽¹⁾	2021	2020	2019
ESTADO DE RESULTADOS						
Ingresos totales	14,502	245,088	226,740	194,804	183,615	194,471
Costo de ventas	7,943	134,228	126,440	106,206	100,804	106,964
Utilidad bruta	6,560	110,860	100,300	88,598	82,811	87,507
Gastos operativos	4,503	76,098	68,981	60,720	56,444	60,537
Otros gastos, neto	75	1,272	983	807	3,611	2,490
Costo integral de financiamiento	278	4,697	4,549	4,219	6,678	6,071
Utilidad antes de impuestos a la utilidad y participación en los resultados de asociadas y negocios conjuntos registrada utilizando el método de participación.	1,704	28,792	25,787	22,852	16,077	18,409
Impuestos	520	8,781	6,547	6,609	5,428	5,648
Participación en los resultados de inversiones de capital, neta de impuestos	13	215	386	88	(281)	(131)
Utilidad neta consolidada	1,197	20,226	19,626	16,331	10,368	12,630
Propietarios de la controladora para operaciones continuas	1,156	19,536	19,034	15,708	10,307	12,101
Participación minoritaria para operaciones continuas	41	690	592	623	61	529
RAZONES A VENTAS (%)						
Margen bruto	45.2	45.2	44.2	45.5	45.1	45.0
Margen neto	8.3	8.3	8.7	8.4	5.6	6.5
FLUJO DE EFECTIVO						
Flujo operativo	2,502	42,289	35,491	32,721	35,147	31,289
Inversiones de capital ⁽²⁾	1,266	21,396	19,665	13,865	10,354	11,465
Total de efectivo, equivalentes de efectivo.	1,838	31,060	40,277	47,248	43,497	20,491



	U.S. (*)	2023	2022 ⁽¹⁾	2021	2020	2019
BALANCE						
Activo circulante	4,008	67,738	79,212	80,364	72,440	56,796
Inversión en acciones	547	9,246	8,452	7,494	7,623	9,751
Propiedad, planta y equipo, neto	4,659	78,730	71,205	62,183	59,460	61,187
Activos intangibles, neto	5,986	101,162	103,122	102,174	103,971	112,050
Impuestos diferidos y otros activos, neto	985	16,644	16,004	19,352	19,572	18,055
Total Activo	16,185	273,520	277,995	271,567	263,066	257,839
Pasivo						
Préstamos bancarios y documentos por pagar a corto plazo	8	140	8,524	2,453	5,017	11,485
Intereses por pagar	45	764	862	811	712	439
Otros pasivos circulantes	3,196	54,012	48,574	42,957	37,116	39,086
Préstamos bancarios y documentos por pagar a largo plazo	3,851	65,074	70,145	83,329	82,461	58,492
Otros pasivos a largo plazo	1,173	19,825	18,014	14,445	15,303	18,652
Total Pasivo	8,273	139,815	146,119	143,995	140,609	128,154
Capital						
Participación no controladora en subsidiarias consolidadas	395	6,680	6,491	6,022	5,583	6,751
Capital atribuible a los propietarios de la controladora	7,516	127,025	125,385	121,550	116,874	122,934
RAZONES FINANCIERAS (%)						
Circulante	1.23	1.23	1.37	1.74	1.69	1.11
Pasivo / Capital	1.05	1.05	1.11	1.13	1.15	0.99
Capitalización	0.33	0.33	0.39	0.41	0.43	0.37
Cobertura	10.80	10.80	8.68	6.11	5.13	5.51
INFORMACIÓN POR ACCIÓN						
Valor en libros ⁽³⁾	0.447	7.558	7.460	7.232	6.954	7.315
Utilidad atribuible a los propietarios de la controladora ⁽⁴⁾	0.069	1.162	1.133	0.935	0.610	0.723
Dividendos pagados ⁽⁵⁾	0.040	0.725	0.679	0.634	0.608	0.443
Número de empleados ⁽⁶⁾	104,241	104,241	97,211	83,754	82,334	82,186

(1) Las cifras incluyen la información de los doce meses de los territorios de KOF y once meses de la operación CVI Refrigerantes Ltda. ("CVI").

(2) Incluye inversiones en propiedades, planta y equipo, equipo de refrigeración y botellas retornables y cajas, neto de bajas de propiedades, planta y equipo.

(3) Calculado con 16,806.7 millones de acciones al 31 de diciembre de 2023, 2022, 2021, 2020 y 2019.

(4) Calculado con base en 16,806.7 millones de acciones promedio en circulación para 2023, 2022, 2021, 2020 y 2019.

(5) Dividendos pagados durante el año con base en a la utilidad neta del año inmediato anterior, utilizando 16,806.7 millones de acciones en circulación para pago en 2023, 2022, 2021, 2020 y 2019.

(6) Incluye personal tercerizado.

* Conversión al tipo de cambio del 31 de Diciembre de 2023, Ps. 16.8998 por dólar americano, únicamente para conveniencia del lector de acuerdo con la reserva federal de E.U.A.



ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Resultados del Año
Terminado el 31 de
Diciembre de 2023
Comparados con el Año
Terminado el 31 de
Diciembre de 2022.

Resultados Consolidados

La comparabilidad de nuestro desempeño financiero y operativo en 2023 en comparación con 2022 fue afectada por los siguientes factores: (1) efectos de conversión como resultado de fluctuaciones en el tipo de cambio; (2) nuestros resultados en Argentina, cuya economía cumple con los criterios para ser considerada como hiperinflacionaria; y (3) la integración de fusiones y adquisiciones completadas en años recientes, específicamente la adquisición de CVI en Brasil en enero de 2022. Para convertir los resultados de Argentina para los años terminados al 31 de diciembre de 2023 y 2022, se utilizó un tipo de cambio al 31 de diciembre de 2023 de 808.45 pesos argentinos por dólar y un tipo de cambio al 31 de diciembre de 2022 de 177.16 pesos argentinos por dólar. La depreciación del tipo de cambio del peso argentino al 31 de diciembre de 2023 en comparación con el tipo de cambio de 2022, fue de 356.3%. Además, la apreciación promedio de las monedas de nuestras operaciones más relevantes respecto del dólar en 2023, en comparación con 2022, fueron: 5.8% para el real brasileño, 10.7% para el peso mexicano, y 15.3% para el peso colombiano.

Ingresos Totales. Nuestros ingresos consolidados totales aumentaron 8.1% a Ps.245,088 millones en 2023 en comparación con 2022, principalmente como resultado del crecimiento en volumen de ventas, nuestras iniciativas de gestión de ingresos y los efectos favorables de mezcla. Estos efectos fueron parcialmente compensados por los efectos desfavorables de conversión de la mayoría de nuestras monedas funcionales al peso mexicano.

El volumen total de ventas aumentó 7.8% a 4,047.8 millones de Cajas Unidad en 2023 en comparación con 2022, principalmente por un aumento en todos nuestros territorios, incluyendo un fuerte desempeño en México, Brasil, Colombia y Guatemala en 2023.

- En 2023 el volumen de ventas de nuestro portafolio de Refrescos aumentó 5.2%, nuestro volumen de ventas de nuestro portafolio de colas aumentó 6.1%, mientras que el volumen de ventas de nuestro portafolio de Refrescos de sabores aumentó 2.0% en cada caso en comparación con el 2022.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Bebidas no Carbonatadas aumentó 6.5% en 2023 en comparación con 2022.

- El volumen de ventas de agua embotellada, excluyendo garrafón, aumentó 17.6% en 2023 en comparación con 2022.
- El volumen de ventas de Agua de garrafón aumentó 24.6% en 2023 en comparación con 2022.

El precio promedio consolidado por Caja Unidad disminuyó 0.4% alcanzando Ps. 58.5 en 2023, en comparación con Ps.58.75 en 2022, principalmente como resultado de un efecto negativo resultado de la depreciación de la mayoría de nuestras monedas operativas con relación al peso mexicano, esto fue parcialmente compensado por una mezcla favorable y de nuestras iniciativas de manejo de ingresos.

Utilidad Bruta. Nuestra utilidad bruta aumentó 10.5% a Ps.110,860 millones en 2023 en comparación con el 2022, con un incremento del margen bruto de 100 puntos base en comparación con 2022 para llegar a 45.2% en 2023. Este incremento fue principalmente impulsado por el crecimiento de nuestras ventas, disminución de costos de empaquetado e iniciativas de cobertura favorables de materia prima. Estos efectos fueron parcialmente contrarrestados por incrementos en el costo de edulcorantes en nuestros territorios.

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 aumentaron 10.3% a Ps.76,098 millones en 2023 en comparación con 2022. Nuestros gastos administrativos y de ventas como porcentaje de los ingresos totales incrementaron 60 puntos base a 31.0% en 2023 en comparación con 2022, principalmente impulsados por incremento en gastos de mercadotecnia, mantenimiento y gastos laborales. Estos efectos fueron parcialmente compensados por una ganancia operativa del tipo de cambio en México como resultado de la apreciación del peso mexicano. En 2023 continuamos invirtiendo para mejorar nuestra ejecución en el punto de venta, incrementar la cobertura de refrigeradores e incrementar nuestra capacidad de producción.



Otros Gastos Netos. Reportamos otros gastos netos de Ps.1,272 millones en 2023 en comparación con Ps.983 millones en 2022, este incremento se debió principalmente a un incremento en provisiones y gastos pre-operativos. Para más información véase la Nota 19 y la Nota 25.6 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, ganancias o pérdidas netas por tipo de cambio, ganancias o pérdidas netas en la posición monetaria de los países hiperinflacionarios donde operamos y ganancia (pérdida) en instrumentos financieros. 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 se paga, 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 2023 registró un gasto de Ps.4,607 millones en comparación con un gasto de Ps.4,549 millones en 2022. Este incremento de 3.3% se debió principalmente a una mayor pérdida cambiaria por Ps.1,046 millones en comparación con una pérdida de Ps.324 millones registrada durante 2022, ya que nuestra exposición de efectivo en dólares se vio afectada negativamente por la apreciación del peso mexicano. Adicionalmente, reconocimos una menor ganancia en la posición monetaria en subsidiarias inflacionarias, registrando Ps.93 millones durante 2023, en comparación de la ganancia de Ps.536 millones durante el año anterior. Estos efectos fueron parcialmente compensados por una ganancia en el valor de mercado de los instrumentos financieros de Ps.169 millones, en comparación con una pérdida de Ps.672 millones durante 2022. Adicionalmente, registramos un gasto por intereses neto de Ps.3,914 millones en comparación con el gasto de Ps.4,089 millones en 2022, principalmente impulsado por aumentos en el ingreso por intereses como resultado de un aumento en las tasas de interés.

Impuesto Sobre la Renta. En 2023, nuestra tasa efectiva del impuesto sobre la renta incrementó a 30.5% en comparación con el impuesto sobre la renta de 25.4% en el 2022, impulsada por el efecto positivo de créditos fiscales diferidos reconocidos durante el año anterior. Para obtener más información, véase la Nota 24 de nuestros estados financieros consolidados.

Participación en la Ganancia (Pérdida) de Inversión de Capital, Neta de Impuestos. En 2023, registramos una ganancia de Ps.215 millones en la línea de participación en los resultados de inversión de capital, neta de impuestos, debido principalmente a los resultados de Jugos de Valle, nuestra asociada en México, y en Fountain Agua Mineral LTDA, en comparación con una ganancia de Ps.386 millones registrados durante el año anterior.

Utilidad Neta de Impuestos Atribuible a la Participación Controladora. La utilidad alcanzó Ps.19,536 millones en 2023 en comparación con Ps.19,034 millones del año anterior. Este crecimiento del 2.6% fue impulsado principalmente por un crecimiento de la utilidad operativa, parcialmente contrarrestados por un incremento en nuestra tasa impositiva efectiva durante el año.

Resultados por Segmento Consolidado Reportado México y Centroamérica

Ingresos Totales. Los ingresos totales en nuestra división México y Centroamérica aumentaron 14.0% a Ps.149,362 millones en 2023 en comparación con 2022, principalmente como resultado de un incremento de volumen en todos nuestros Territorios junto con efectos favorables de mezcla en nuestros Territorios de la división.

El volumen total de ventas en nuestro segmento consolidado reportado en México y Centroamérica aumentó 9.4% a 2,394.8 millones de Cajas Unidad en 2023 en comparación con 2022, como resultado de incrementos en el volumen en todos nuestros Territorios de esta división.

- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Refrescos aumentó 6.0% en 2023 en comparación con el 2022, principalmente debido a un aumento del 6.7% en el volumen de ventas de nuestro portafolio de Refrescos de sabor.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Bebidas no Carbonatadas aumentó 7.6% en 2023 en comparación con el 2022, principalmente debido al incremento de 8.0% en México.
- El volumen de ventas del Agua embotellada, excluyendo el Agua de garrafón, aumentó 17.2% en 2023 en comparación con el 2022, debido a incrementos de doble dígito en México y Centroamérica.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Agua de garrafón aumentó 25.9% en 2023 en comparación con el 2022, debido al incremento de doble dígito en México y Centroamérica.

El volumen de ventas en México aumentó 8.7% a 2,052.9 millones de Cajas Unidad en 2023, en comparación con 1,889.9 millones de Cajas Unidad en 2022, principalmente como resultado de un sólido desempeño del volumen.

- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Refrescos aumentó 4.4% en 2023 en comparación con 2022, debido a un incremento del 5.2% en el volumen de ventas de nuestro portafolio de colas y un incremento del 0.9% en el portafolio de Refrescos de sabores.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Bebidas no Carbonatadas aumentó 8.0% en 2023 en comparación con el 2022.
- El volumen de ventas del Agua embotellada, excluyendo garrafón, aumentó 16.6% en 2023 en comparación con el 2022.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Agua de garrafón aumentó 25.3% en 2023 en comparación con el 2022.



El volumen de ventas en Centroamérica aumentó 14.2% a 341.9 millones de Cajas Unidad en 2023, comparado con 299.5 millones de Cajas Unidad en 2022, principalmente como resultado de un sólido desempeño en todos nuestros Territorios a lo largo de la región.

- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Refrescos aumentó 14.0% en 2023 en comparación con el 2022, impulsado por un aumento de 14.7% en nuestro portafolio de colas y un crecimiento de 10.7% en nuestro portafolio de Refrescos de sabores.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Bebidas no Carbonatadas aumentó 6.0% en 2023 en comparación con el 2022.
- El volumen de ventas del Agua embotellada, excluyendo garrafón, aumentó 22.7% en 2023 en comparación con el 2022.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Agua de garrafón aumentó 287.6% en 2023 en comparación con el 2022.

Utilidad Bruta. Nuestra utilidad bruta en nuestro segmento reportado consolidado en México y Centroamérica aumentó 15.5% a Ps.71,665 millones en 2023 en comparación con el 2022; y el margen bruto incrementó 60 puntos base a 48.0% en 2023 en comparación con el 2022. Este incremento fue impulsado principalmente por el crecimiento de nuestras ventas, disminución de costos de empaquetado y la apreciación del peso mexicano aplicado a nuestros costos de materias primas denominados en Dólares. Estos efectos fueron parcialmente compensados por incrementos en nuestros costos de edulcorantes.

Gastos Administrativos y de Venta. Los gastos administrativos y de venta como porcentaje de los ingresos totales en nuestro segmento reportado consolidado en México y Centroamérica incrementaron 120 puntos base a 32.4% en 2023 en comparación con el 2022. Los gastos administrativos y de venta en términos absolutos aumentaron 18.4% en 2023 en comparación con el 2022 impulsados principalmente por el aumento en los gastos operativos laborales, de mercadotecnia y de mantenimiento.

Sudamérica

Ingresos Totales. Los ingresos totales en nuestro segmento reportado consolidado en Sudamérica disminuyeron 0.01% a Ps.95,726 millones en 2023 en comparación con el 2022, debido a un crecimiento de volumen, efecto de precio mezcla favorable y nuestras iniciativas de gestión de ingresos. Estos factores fueron parcialmente contrarrestados por un efecto negativo de conversión resultante de la depreciación de la mayoría de nuestras monedas funcionales en comparación con el peso mexicano. Los ingresos de cerveza representaron Ps.6,117 millones en 2023 en comparación con \$5,600 millones en 2022.

El volumen total de ventas en nuestro segmento reportado consolidado en Sudamérica aumentó en 5.5% a 1,653.1 millones de Cajas Unidad en 2023 en comparación con el 2022, principalmente como resultado del sólido crecimiento en Brasil, Colombia y Uruguay, junto con un ligero crecimiento de volumen en Argentina.

- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Refrescos aumentó 4.3% en 2023 en comparación con el 2022, impulsado principalmente por un incremento de 5.1% en nuestro portafolio de colas.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Bebidas no Carbonatadas aumentó 5.0% en 2023 en comparación con el 2022, impulsado principalmente por un incremento de 46.2% en Uruguay y 14.8% en Argentina.
- El volumen de ventas del Agua embotellada, excluyendo garrafón, aumentó 18.0% en 2023 en comparación con el 2022, impulsado principalmente por un incremento de 52.4% en Brasil y 31.1% en Argentina.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Agua de garrafón incremento 10.7% en 2023 en comparación con el 2022, debido al incremento en Colombia y Argentina, la cual fue parcialmente compensada por una disminución de 4.6% en Brasil.

El volumen de ventas en Brasil aumentó 5.8% a 1,075.1 millones de Cajas Unidad en 2023, en comparación con 1,016.2 millones de Cajas Unidad en 2022.

- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Refrescos aumentó 5.6% en 2023 en comparación con el 2022 como resultado de un aumento del 6.8% en nuestro portafolio de colas y un aumento del 2.2% en nuestro portafolio de Refrescos de sabores.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Bebidas no Carbonatadas aumentó 3.4% en 2023 en comparación con el 2022.
- El volumen de ventas del Agua embotellada, excluyendo garrafón, aumentó 13.1% en 2023 en comparación con el 2022.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Agua de garrafón disminuyó 4.6% en 2023 en comparación con el 2022.

El volumen de ventas en Colombia aumentó 5.3% a 347.6 millones de Cajas Unidad en 2023, en comparación con 330.1 millones de Cajas Unidad en 2022.

- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Refrescos aumentó 4.0% en 2023 en comparación con el 2022, impulsado principalmente por un crecimiento de 3.6% en colas y de 5.7% en nuestro portafolio de Refrescos de sabores, en comparación con el 2022.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Bebidas no Carbonatadas aumentó 2.3% en 2023 en comparación con el 2022.



- El volumen de ventas del Agua embotellada, excluyendo garrafón, aumentó 15.5% en 2023 en comparación con el 2022.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Agua de garrafón aumentó 11.6% en 2023 en comparación con el 2022.

El volumen de ventas en Argentina aumentó 2.7% a 178.7 millones de Cajas Unidad en 2023, en comparación con 173.9 millones de Cajas Unidad en 2022.

- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Refrescos disminuyó 3.1% en 2023 en comparación con el 2022 como resultado de una disminución de 0.9% en colas y 11.7% en nuestro portafolio de Refrescos de sabores.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Bebidas no Carbonatadas aumentó 14.8% en 2023 en comparación con el 2022.
- El volumen de ventas del Agua embotellada, excluyendo garrafón, aumentó 31.1% en 2023 en comparación con el 2022.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Agua de garrafón aumentó 50.7% en 2023 en comparación con el 2022.

El volumen de ventas en Uruguay aumentó 10.9% a 51.7 millones de Cajas Unidad en 2023 en comparación con 46.6 millones de Cajas Unidad en 2022.

- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Refrescos aumentó 3.3% en 2023 en comparación con el 2022.
- El volumen de ventas de nuestro portafolio de Bebidas no Carbonatadas aumentó 46.2% en 2023 en comparación con el 2022.
- El volumen de ventas del Agua embotellada, aumentó 52.4% en 2023 en comparación con el 2022.

Utilidad Bruta. La utilidad bruta en nuestro segmento reportado consolidado en Sudamérica reportó alcanzó Ps.39,195 millones, un aumento de 2.4% en 2023 en comparación con el 2022, con una expansión de margen de 90 puntos base a 40.9%. Este aumento en la utilidad bruta se debió principalmente a los efectos favorables de precio mezcla, a nuestras estrategias de cobertura de materias primas y el aumento de nuestros ingresos, parcialmente contrarrestados por un incremento en los costos de edulcorantes.

Gastos Administrativos y de Venta. Los gastos de administración y de venta en este segmento de reporte, como porcentaje de los ingresos totales en nuestro segmento reportado consolidado en Sudamérica disminuyó 40 puntos base a 29.0% en 2023 en comparación con el 2022 impulsados principalmente por ahorros y eficiencias. Los gastos administrativos y de ventas, en términos absolutos disminuyeron 1.4% en 2023 en comparación con el 2022.



CAPITALES Y RELACIONAMIENTO

Capital

Capitales y relacionamiento

Humano



Nuestra gente es la vida de la compañía. Como parte de una cultura centrada en las personas, buscamos aumentar las oportunidades para que logren sus aspiraciones profesionales, promover una cultura de bienestar basada en una visión holística del autocuidado y la prevención y asegurarnos de que nuestra gente tenga un mayor balance vida-trabajo en los distintos pasos de su experiencia laboral. Asimismo, estamos comprometidos en avanzar los esfuerzos de diversidad, equidad e inclusión en la compañía.

Natural



Nuestra empresa tiene el compromiso de utilizar responsablemente los recursos naturales. Estamos enfocados en aumentar la eficiencia en el uso del agua que consumimos y garantizar la disponibilidad de agua para las operaciones, regresar a la cuenca el agua que usamos en la producción de bebidas y mejorar el acceso al agua y el saneamiento en las comunidades. También buscamos incrementar la eficiencia energética en la cadena de valor e integrar fuentes limpias y renovables para reducir las emisiones de carbono. Incluso, nuestro compromiso se extiende a impulsar la transición hacia un mundo sin residuos, redoblando la recolección de PET y el uso de resina reciclada en las operaciones, además de reducir los residuos de empaques y de la operación.

Capital

Capitales y relacionamiento

Social y relacional



El logro de metas y estrategias sociales se basa en reconocer que nuestra licencia para operar depende de desarrollar relaciones mutuamente beneficiosas entre la compañía y los grupos de interés internos y externos. A nivel interno, comprendemos que nuestra gente es la vida de Coca-Cola FEMSA, y la mejor manera de crecer es asegurarnos de que el talento viva una vida plena y equilibrada dentro y fuera del ámbito laboral. A nivel externo, nos enfocamos en las relaciones con las comunidades locales y la cadena de valor. Conscientes de que nuestras operaciones tienen un impacto enorme en la sociedad y comunidades aledañas a las plantas, tenemos la meta de continuar agregando valor para garantizar el crecimiento sostenible de la compañía y de la comunidad.

Financiero



Con disciplina financiera y operativa, sólida estructura de capital, 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 la industria. Este enfoque contribuye a crear valor sostenible y de largo plazo para nuestros inversionistas.

Capital

Capitales y relacionamiento

Intelectual



Aceleramos la evolución digital de nuestro negocio para convertirnos en la plataforma comercial preferida y más sostenible del mundo. Colaboramos para crear soluciones prioritarias digitales y analíticas que aceleran el despliegue de nuestras plataformas y soluciones comerciales. Este enfoque contempla el uso de células ágiles que maximizan la competitividad, proactivamente hacen frene a los retos de la industria, capitalizan las oportunidades de mercado y fomentan el desarrollo intelectual en toda la organización.

Manufacturado



Nuestro experimentado equipo de especialistas opera 56 plantas embotelladoras y 252 centros de distribución en nueve países y distribuye más de 4 mil millones de cajas unidad de bebidas a través de una flota primaria y secundaria a más de 2.1 millones de puntos de venta, para atender a una población de 272 millones de personas.



INFORME DEL TASK FORCE ON CLIMATE-RELATED FINANCIAL DISCLOSURES (TCFD)

Los impactos del cambio climático no sólo son relevantes para el planeta en general, lo son también para las comunidades en las que operamos. Por ello, identificar los riesgos y oportunidades relacionados con el clima nos permitirá estar preparados para mitigar sus efectos, impulsar la resiliencia en las comunidades y garantizar que el crecimiento de nuestra organización se alcance de manera responsable y que sirva a todos nuestros grupos de interés.

Para responder a las preocupaciones de nuestros grupos de interés y estar preparados ante cualquier reto futuro relacionado con el clima, en 2023 realizamos una actualización para identificar y clasificar los principales riesgos y oportunidades relacionados con el cambio climático así como su potencial impacto financiero en el corto, mediano y largo plazo. Este informe se elaboró con base en las recomendaciones del Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD).

Gobierno corporativo

Informe sobre el gobierno corporativo de la organización en términos de los riesgos y oportunidades relacionados con el clima

En Coca-Cola FEMSA, el presidente del Consejo de Administración supervisa y garantiza la implementación de la estrategia de sostenibilidad de la compañía, alineando las prioridades empresariales para cumplir con nuestro compromiso de crear valor económico y generar bienestar social y ambiental para nuestros grupos de interés.

Establecimos un Comité de Sostenibilidad en el que participan el Director General, Directores de Operaciones, Director de Finanzas, Director de Recursos Humanos, Director de Cadena de Suministro e Ingeniería y Directora de Asuntos Corporativos, además de invitados permanentes del equipo de sostenibilidad de FEMSA, entre otros.

1. Director General: Supervisar y asegurar la implementación del Marco de Sostenibilidad de nuestra compañía.
2. Directores de Operaciones: Supervisar y asegurar que el Marco de Sostenibilidad se implemente en sus departamentos.
3. Directora de Asuntos Corporativos: Responsable del Marco de Sostenibilidad y de las prioridades de desarrollo comunitario.

4. Director de Finanzas: Responsable de las finanzas, jurídico, gestión de riesgos y abastecimiento sostenible.
5. Director de Cadena de Suministro e Ingeniería: Responsable de nuestros pilares ambientales (acción por el clima, agua y un mundo sin residuos).

El Comité de Sostenibilidad se reúne cuatro veces al año para revisar los temas relacionados con el cambio climático, así como los riesgos y oportunidades. De esta forma se definen las metas, estrategias y objetivos y se integran en nuestra estrategia corporativa.

Gestión de riesgos

Estrategia: Identificación del impacto actual y potencial de los riesgos y oportunidades relacionados con el clima sobre los negocios, estrategia y planificación financiera de la organización.

Gestión de riesgos: Procesos utilizados por la organización para identificar, evaluar y gestionar los riesgos relacionados con el clima. La metodología de gestión de riesgos de Coca-Cola FEMSA se basa en los criterios establecidos en la ISO 31000 y en el Marco de Control Integrado Interno (Internal Control-Integrated Framework, ICIF-2013) que emite el Comité de Organizaciones Patrocinadoras de la Comisión de Normas (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, COSO). Esta evaluación incluye a nuestras propias operaciones y a las actividades de transporte y distribución (upstream).

Para más información sobre nuestra metodología de gestión de riesgos, consulte la sección Ética y gobierno corporativo en la página 94 y refiérase a los estándares 2-12 y 2-13 del Índice GRI.

Evaluamos los riesgos físicos y de transición, así como las oportunidades, en línea con las recomendaciones del TCFD y con base en una metodología de cinco pasos:

1. Identificación de riesgos y oportunidades climáticos (análisis cualitativo).
2. Definición de escenarios climáticos y horizontes de tiempo.
3. Identificación de variables asociadas a los escenarios climáticos.
4. Estimación de parámetros de riesgos y oportunidades.
5. Cálculo del valor que está en riesgo por el cambio climático (incluye una estimación cuantitativa del impacto esperado y factores de estrés de riesgos y oportunidades).



Grupos multidisciplinarios en nuestras operaciones (entre los que se incluyen áreas como sostenibilidad, planeación estratégica, operaciones, marketing, finanzas y asuntos corporativos, entre otros), trabajan conjuntamente para identificar, priorizar y cuantificar los principales riesgos y oportunidades relacionados con el clima. Como resultado de la revisión de los escenarios recomendados y de sesiones de trabajo multidisciplinarias, consideramos tres escenarios en nuestra evaluación, utilizando una combinación de los que presentan la Agencia Internacional de la Energía (AIE), el Panel Intergubernamental de Cambio Climático (Intergovernmental Panel on Climate Change, IPCC) y la Red para la Ecologización del Sistema Financiero (Network for Greening the Financial System, NGFS).

Esta combinación nos ayudará a evaluar riesgos y oportunidades físicos y de transición en diversos escenarios de aumento de temperatura al adherirnos a las recomendaciones del TCFD:

- 1. Escenario cero neto:** Incremento de 1.5 °C en la temperatura global. Supuesto: Las cero emisiones netas se alcanzan a nivel global en 2050 gracias a la cooperación internacional y la participación de la sociedad.
Escenarios climáticos seleccionados: a) IPCC (SSP1 - 1.9), b) AIE (NZE), c) NGFS (Cero neto 2050).
- 2. Escenario de transición moderada:** Incremento de 1.8 °C en la temperatura global. Supuesto: Sólo aquellas economías que tienen la meta de alcanzar las cero emisiones netas para el 2050 la alcanzan gracias a la cooperación internacional y la participación de la sociedad.
Escenarios climáticos seleccionados: a) IPCC (SSP1 - 2.6), b) AIE (APS), c) NGFS (por debajo de 2 °C).
- 3. Escenario sin ambición:** La temperatura global aumenta 2.7°C.
Supuesto: Las economías desarrolladas no alcanzan las cero emisiones netas para el 2050. No existe ningún impulso por parte de los agentes políticos, que se limitan a cumplir sus propios compromisos.
Escenarios climáticos seleccionados: a) IPCC (SSP2 - 4.5), b) AIE (políticas declaradas), c) NGFS (contribuciones determinadas).

Horizontes de tiempo: Empleamos tres horizontes de tiempo con tres escenarios diferentes, lo que nos permitió entender el potencial impacto de los riesgos y las oportunidades relacionados con el clima en nuestro negocio. Los elegimos para realizar el análisis de los escenarios dada la relativa abundancia de datos de referencia disponibles y su compatibilidad con nuestros planes de negocio y calendarios. Están alineados con los objetivos nacionales e internacionales en materia de cambio climático: periodo “de corto plazo” (2030); periodo “de mediano plazo” (2040) y periodo “de largo plazo” (2050). Cada uno de los tres escenarios y horizontes de tiempo presenta su propio contexto social, político-regulatorio, económico y tecnológico-energético, con importantes diferencias y consecuencias relacionadas con el cambio climático. Los escenarios del IPCC y de la EIA son los recomendados por el TCFD y los que el mercado ha adoptado principalmente. La gran mayoría de los modelos físicos del clima se basan en las Vías de Concentración Representativas, VCR (Representative Concentration Pathways, RCPs) del IPCC. Los escenarios del NGFS son compatibles con el Consejo de Estabilidad Financiera (Financial Stability Board) y proporcionan bases de datos exhaustivas de variables de mercado. Estos tres escenarios son consistentes y deben actualizarse con frecuencia.

Matriz de riesgos: Consulte nuestra Matriz de Riesgos en la sección Ética y gobierno corporativo en la página 110.

Para más información, consulte nuestro → informe 20-F.

**Riesgos y oportunidades relacionadas con el clima**

La siguiente tabla resume y cuantifica principales riesgos y oportunidades. Identificamos tanto los riesgos físicos y de transición, así como los riesgos y oportunidades actuales y emergentes. El desarrollo de los riesgos relacionados con el cambio climático puede verse afectado por los cambios en las condiciones de mercado, los marcos regulatorios, avances tecnológicos y otros factores externos.

El impacto financiero se definió bajo los siguientes rangos: Bajo (0 a 50), medio (de 51 a 150) y alto (más de 150) millones de dólares americanos.

Tipo	Categoría	Riesgo / Oportunidad	Impacto financiero	Descripción	Consulte la sección para información sobre su gestión y mitigación
Riesgos físicos	Crónico	Variación de la precipitación promedio.	Alto	Al disminuir la lluvia en las geolocalizaciones de las cuencas más pequeñas, se daría una potencial limitación sobre la extracción de agua y, por lo tanto, una disminución en la producción de bebidas.	Promover un futuro sostenible Agua
	Agudo	Lluvias extremas e inundaciones.	Bajo	La ocurrencia de inundaciones podría generar complicaciones en la producción. Además, podrían darse daños y/o pérdidas a los activos fijos.	
Riesgos de transición	Legales / políticos	Aumento en los precios de emisiones GEI.	Medio	La imposición de un impuesto sobre los ingresos de la compañía podría significar un costo de carbono adicional dependiendo de nuestras propias emisiones de Alcance 1 y 2.	Promover un futuro sostenible Acción por el clima
	Mercado	Aumento en el costo de materias primas asociado con las emisiones generadas.	Alto	Un aumento en el precio del carbono que impacte el costo de las principales materias primas (azúcar, PET reciclado y no reciclado) podría significar un aumento en los costos de producción dado que, cuando se aplica un impuesto al carbono, el productor podría pasar el costo a la empresa.	Ética y gobierno corporativo Gestión de la cadena de suministro
		Aumento en el costo del azúcar debido a cambios en las condiciones climáticas.	Alto	Los cambios climatológicos que podría traer el cambio climático podrían resultar en una afectación al rendimiento de las cosechas de caña de azúcar afectadas (disminución en el suministro) y los precios del azúcar refinada podrían aumentar.	Promover un futuro sostenible Un Mundo sin Residuos Ética y gobierno corporativo Gestión de la cadena de suministro
Oportunidades	Fuentes de energía	Uso de fuentes de energía de bajas emisiones y nuevas tecnologías en nuestro propio consumo e impulso a la generación descentralizada.	Alto	El beneficio económico de emplear energía renovable en las operaciones en comparación con el consumo de energías con altas concentraciones de carbono.	Promover un futuro sostenible Acción por el clima
	Eficiencia en los recursos	Mayor eficiencia en las instalaciones y procesos productivos.	Medio	El beneficio económico de desarrollar proyectos de alta eficiencia en cuanto a empaques, energía y agua.	Promover un futuro sostenible Agua, Un Mundo sin Residuos Acción por el clima

1. La regulación emergente se describe en nuestra matriz de riesgos.

**Además, también se identificaron los siguientes riesgos y oportunidades:****Riesgos de transición:**

- Legales / políticos - Límites de la operación (entrada / salida): Limitaciones al tránsito de la flota vehicular de la compañía en ciertas áreas geográficas debido a la implementación de reglamentaciones que promuevan una reducción más agresiva de emisiones provenientes de fuentes móviles podrían afectar el proceso de distribución.
- Tecnología - Tecnologías disruptivas en el proceso de producción: Falta de inversión en nuevas tecnologías.
- Reputación - Preocupación de los grupos de interés: nuevas demandas por parte de los grupos de interés

Oportunidades:

- Productos y servicios - Desarrollo y/o expansión de bienes y servicios de bajas emisiones y diversificación del modelo de negocio: la implementación de un nuevo modelo de distribución del producto, en línea con la transición energética y la descarbonización de la economía.
- Eficiencia de los recursos - Reducción en los gastos de operación gracias al reciclaje: el uso y expansión de procesos de reciclaje para integrar materiales a un nuevo ciclo de producción, además de venderlos a terceros.
- Eficiencia de los recursos - Mejoras en la eficiencia de la distribución y transporte: trabajar con los proveedores para reducir las emisiones de Alcance 3 provenientes de la distribución del producto.
- Eficiencia de los recursos - Reducción en el uso y consumo de agua: beneficios económicos provenientes de proyectos eficientes en agua.
- Resiliencia - Aumentar la seguridad de la cadena de suministro a través de la sustitución / diversificación: Trabajar con proveedores para garantizar el uso de materias primas de bajas emisiones.

Métricas y objetivos

Métricas y objetivos utilizados para evaluar y gestionar los riesgos y oportunidades relacionados con el clima relevantes para los casos en que dicha información sea material.

En 2020 nos convertimos en la primera empresa mexicana y la tercera en Latinoamérica en lograr la aprobación oficial para nuestras metas de reducción de emisiones, de acuerdo con la iniciativa Objetivos Basados en la Ciencia (Science Based Targets initiative o SBTi), alineados con las metas del Acuerdo de París de limitar el calentamiento global por debajo de los 2 °C en relación con los niveles preindustriales. Por ello, nuestras metas 2030 (a partir de nuestra línea base de 2015) son:

- Reducir en 50% las emisiones absolutas de GEI de nuestras operaciones (Alcance 1 y 2) para el 2030, a partir de la línea base de 2015.
- Utilizar 100% de electricidad renovable en nuestras operaciones.
- Reducir en 20% las emisiones absolutas de GEI de nuestra cadena de valor para el 2030, a partir de la línea base de 2015.

Adicionalmente, reportamos meticulosamente nuestras emisiones, un tercero verifica nuestro progreso como parte de nuestro informe integrado e informamos al CDP, de acuerdo con sus lineamientos para mejorar la transparencia en cuanto a nuestras fuentes de emisiones y el progreso alcanzado a la fecha.

Para conocer más acerca de nuestros planes, metas, progreso y compromisos relacionados con el cambio climático, consulte la sección Promover un futuro sostenible, en la página 48.



DESEMPEÑO AL DETALLE

Las siguientes tablas de desempeño en detalle representan los resultados de sostenibilidad de Coca-Cola FEMSA, alineados con nuestro Marco de Sostenibilidad actualizado. Estos datos no solo muestran nuestro progreso en 2023, sino que también se extienden para incluir información detallada de los dos años anteriores, lo que refleja nuestro enfoque con el cumplimiento de las mejores prácticas de la industria. A través de este esfuerzo, nuestro objetivo es brindar una visión clara de nuestro camino hacia la sostenibilidad, subrayando nuestro compromiso con la transparencia y la mejora continua.

Contenido	Unidades	2021	2022	2023
Bebidas				
Bebidas producidas	miles de megalitros	18.97	20.58	22.21
Gestión del agua				
Agua				
Extracción de agua				
Extracción total de agua	miles de megalitros	27.90	30.24	30.99
Agua municipal	miles de megalitros	8.43	9.32	9.24
Agua de lluvia recolectada	miles de megalitros	0.01	0.01	0.01
Aguas subterráneas	miles de megalitros	18.07	19.28	21.74
Aguas superficiales	miles de megalitros	1.49	1.64	0.00
Descargas de agua				
Descarga total de agua	miles de megalitros	8.57	8.56	8.38
Drenaje	miles de megalitros	4.13	3.94	4.46
Río	miles de megalitros	4.44	4.62	3.92
Eficiencia				
Eficiencia de agua	litros de agua usados por litro de bebida producida	1.47	1.46	1.42
Áreas de estrés hídrico				
Extracción de agua en zonas de estrés hídrico	miles de megalitros	12.87	13.51	13.88
Reabastecimiento				
Reabastecimiento del agua que usamos en nuestros productos, con enfoque en los sitios de alto y mediano estrés hídrico	%	98%	+100%	+100%

Contenido	Unidades	2021	2022	2023
Un mundo sin residuos				
Residuos				
Residuos industriales				
Residuos generados	kton	119.60	129.77	178.22
Residuos reciclados	kton	116.76	127.84	174.58
Residuos reciclados	%	98%	99%	98%
Residuos destinados a eliminación	kton	2.84	1.93	3.64
Residuos destinados a eliminación	%	2.0%	1.5%	2.0%
Residuos peligrosos ⁽¹⁾	kton	2.05	2.36	1.69
Eficiencia				
Residuos por litro de bebida	gramos	6.30	6.31	8.17
Cero residuos				
Plantas embotelladoras certificadas como cero residuos	%	46%	77%	84%
Centros de distribución certificados como cero residuos	%	0%	0%	1%
Materiales				
PET				
PET total usado	kton	270.60	321.22	331.86
PET virgen	kton	187.50	235.71	221.97
PET reciclado	kton	83.10	85.51	109.89
PET reciclado	%	31%	27%	33%
Otros materiales				
Papel	toneladas	0.95	0.95	2
Papel - contenido reciclado	%	1%	1%	-
Aluminio	toneladas	31.8	31.8	36.6



Contenido	Unidades	2021	2022	2023
Aluminio - contenido reciclado	%	70%	70%	64%
Vidrio	toneladas	87.4	87.4	119.5
Vidrio - contenido reciclado	%	30%	30%	36%
Empaque reusable / reciclaje				
Botellas retornables del volumen total	%	33.7%	31.5%	32.0%
PET recolectado en relación al PET que colocamos en el mercado	%	45%	26%	31%
Acción por el clima ⁽²⁾				
Emisiones de GEI				
Emisiones absolutas de gases de efecto invernadero	kton de CO₂e	3,898.64	3,788.75	3,462.48
Emisiones Alcance 1	kton de CO ₂ e	567.85	554.50	576.95
Emisiones Alcance 2	kton de CO ₂ e	50.99	52.11	26.95
Emisiones Alcance 3 ⁽³⁾	kton de CO ₂ e	3,279.79	3,182.15	2,858.58
Intensidad de emisiones (Alcance 1 + 2)	gramos de CO ₂ e por litro de bebida producida	32.62	29.48	27.19
Energía				
Energía total usada	TJ	3,379.07	4,165.42	3,909.35
Electricidad de fuentes no renovables	TJ	1,020.79	751.37	497.86
Electricidad de fuentes renovables	TJ	1,158.55	1,480.27	1,647.05
Energía de combustibles	TJ	1,619.22	1,933.77	1,764.44
Uso global de energía renovable ⁽⁴⁾	%	53%	66%	77%
Eficiencia				
Eficiencia de energía	litros de bebida producida por mega joule de energía usada	5.66	5.97	6.11
Flota				
Gestión de combustible en la flota				
Consumo de combustible en la flota	TJ	ND	ND	5,539.94
Porcentaje renovables	%	<1	<1	1.3
Kilómetros totales viajados por la flota	miles km	ND	ND	492,422.47

Contenido	Unidades	2021	2022	2023
Gestión ambiental				
Violaciones ambientales				
Número de violaciones por regulaciones u obligaciones ambientales	#	0	0	0
Abastecimiento sostenible				
Información de los proveedores				
Proveedores totales	#	14,583	16,589	14,061
Proveedores Nivel 1	#	14,408	16,523	13,912
Proveedores significativos Nivel 1	#	520	570	405
Porcentaje del gasto en proveedores significativos Nivel 1	%	ND	ND	35%
Número total de proveedores significativos que no son Nivel 1	#	175	66	149
Número total de proveedores significativos (Nivel 1 y no Nivel 1)	#	695	636	554
Evaluación de proveedores				
Proveedores evaluados bajo nuestros Principios Guía para Proveedores	#	699	665	749
Por país				
Argentina	#	42	41	34
Brasil	#	266	187	223
Colombia	#	56	45	60
Costa Rica	#	47	38	38
Guatemala	#	57	68	61
México	#	143	217	246
Nicaragua	#	24	13	20
Panamá	#	36	34	35
Uruguay	#	28	22	32
Evaluación y desarrollo				
Número total de proveedores evaluados	#	1,013	820	922
% de los proveedores significativos evaluados ⁽⁵⁾	%	49%	21%	30%



Contenido	Unidades	2021	2022	2023
Proveedores evaluados con impactos negativos sustanciales/potenciales ⁽⁶⁾	#	ND	ND	43
Proveedores identificados con impactos ambientales negativos sustanciales/potenciales con los que se acordaron mejoras como resultado de la evaluación	%	100%	100%	100%
Proveedores con impactos negativos sustanciales/potenciales que fueron rescindidos	#	ND	ND	7
Número total de proveedores apoyados para la implementación de planes de acción correctiva ⁽⁷⁾	#	1,013	820	922
% de los proveedores evaluados con impactos negativos sustanciales/potenciales apoyados para la implementación de planes de acción correctiva	%	100%	100%	100%
Número total de proveedores en programas de capacidades ⁽⁸⁾	#	ND	ND	948
% de proveedores significativos en programas de capacidades	%	ND	ND	33%
Certificación de Cultivos Agrícolas				
% del volumen de azúcar de proveedores certificados por Bonsucro	%	40%	52%	71%
Proveedores locales				
Compras a proveedores locales respecto al total	%	94.69%	90.37%	95.03%
Madurez ASG en los proveedores				
Evaluación ASG a los proveedores				
Proveedores con bajo cumplimiento ASG	%	ND	ND	36%
Proveedores con medio cumplimiento ASG	%	ND	ND	32%
Proveedores con alto cumplimiento ASG	%	ND	ND	32%

Contenido	Unidades	2021	2022	2023
Bienestar integral de los empleados				
Contrataciones				
Contrataciones totales	#	17,751	20,872	29,179
Por país				
Argentina	#	ND	413	420
Brasil	#	ND	6,401	6,905
Colombia	#	ND	725	779
Costa Rica	#	ND	256	467
Guatemala	#	ND	2,543	2741
México	#	ND	10,176	17,493
Nicaragua	#	ND	138	123
Panamá	#	ND	102	133
Uruguay	#	ND	118	118
Por género				
Masculino	%	79%	83%	82%
Femenino	%	21%	17%	18%
Por grupo de edad				
18-34	%	80%	82%	
35-44	%	16%	25%	
45-60	%	4%	3%	
60+	%	0%	0%	
<30	%			60%
30-39	%			30%
40-49	%			8%
50-59	%			1%
60+	%			1%
Contrataciones internas				
Vacantes ocupadas por candidatos internos	%	32%	55%	31%
Costo de contratación				
Costo promedio de contratación	pesos mexicanos	1,603.77	2,411.34	1,709.65
Rotación				
Tasa total de rotación	%	20.20%	28.80%	30.88%



Contenido	Unidades	2021	2022	2023
Voluntario	%	11.30%	9.65%	10.14%
Involuntario	%	8.90%	19.10%	20.74%
Tasa de rotación voluntaria por grupo de edad				
18-34	%	16.76%		
35-44	%	6.12%		
45-59	%	3.27%		
60+	%	23.39%		
<30	%		16.76%	6.00%
30-50	%		5.75%	4.00%
>50	%		1.37%	0.35%
Tasa de rotación involuntaria por grupo de edad				
18-34	%	10.19%		
35-44	%	7.85%		
45-59	%	6.38%		
60+	%	20.81%		
<30	%		28.67%	11.10%
30-50	%		13.67%	8.80%
>50	%		9.35%	0.80%
Tasa de rotación voluntaria por género				
Masculino	%	11.07%	9.17%	8.26%
Femenino	%	13.33%	12.72%	1.88%
Tasa de rotación involuntaria por género				
Masculino	%	9.10%	20.2%	18.27%
Femenino	%	7.50%	12.0%	2.47%
Tasa de rotación voluntaria por país				
Argentina	%	9.50%	5.33%	4.26%
Brasil	%	6.90%	6.38%	6.70%
Colombia	%	16.80%	8.37%	8.35%
Costa Rica	%	10.30%	11.49%	20.44%
Guatemala	%	100.50%	3.39%	2.31%

Contenido	Unidades	2021	2022	2023
México ⁽⁹⁾	%	7.00%	12.09%	21.11%
Nicaragua	%	4.90%	9.24%	7.17%
Panamá	%	1.90%	1.19%	1.69%
Uruguay	%	16.50%	9.61%	4.85%
Tasa de rotación involuntaria por país				
Argentina	%	1.40%	8.23%	8.08%
Brasil	%	14.50%	13.71%	15.50%
Colombia	%	5.50%	5.69%	11.19%
Costa Rica	%	7.80%	6.39%	10.89%
Guatemala	%	2.10%	116.73%	81.62%
México ⁽⁹⁾	%	8.00%	17.70%	31.93%
Nicaragua	%	4.70%	2.54%	2.34%
Panamá	%	5.70%	5.16%	5.34%
Uruguay	%	2.40%	11.66%	11.20%
Permiso parental				
Empleados que han regresado a trabajar después del permiso parental	%	97.0%	98.5%	100%
Masculino	%	ND	97.4%	100%
Femenino	%	ND	98.7%	100%
Empleados que continúan trabajando 12 meses después del permiso parental	%	ND	78.7%	92.7%
Masculino	%	ND	80.6%	93.9%
Femenino	%	ND	63.6%	98.8%
Salud y seguridad				
Trabajadores cubiertos bajo un sistema de gestión de salud y seguridad ocupacional	%	100%	100%	100%
% de empleados cubiertos bajo un sistema de gestión de salud y seguridad ocupacional	%	100%	100%	100%



Contenido	Unidades	2021	2022	2023
% de trabajadores que no son empleados, que su trabajo o lugar de trabajo está controlado por la empresa, y que están cubiertos por un sistema de gestión de la salud y seguridad ocupacional	%	100%	100%	100%
Capacitación en salud y seguridad				
Número total de horas de capacitación en salud y seguridad	#	ND	339,922	240,694
Número de empleados capacitados en salud y seguridad	#	35,056	41,937	41,829
Fatalidades				
Fatalidades totales	#	17	38	34
Causas internas	#	8	9	8
Empleados	#	0	0	4
Contratistas	#	5	4	3
Comunidades	#	12	34	27
Tasa de incidentes				
Tasa de incidentes total	# por 200,000 horas trabajadas	1.06	0.90	1.60
Tasa de incidentes - Empleados	# por 200,000 horas trabajadas	1.04	0.88	2.02
Tasa de incidentes - Terceros	# por 200,000 horas trabajadas	ND	0.95	0.72
Tasa de incidentes con tiempo perdido				
Tasa de incidentes con tiempo perdido total	# por 200,000 horas trabajadas	0.66	0.61	0.88
Tasa de incidentes con tiempo perdido - Empleados	# por 200,000 horas trabajadas	0.58	0.60	1.06
Tasa de incidentes con tiempo perdido - Terceros	# por 200,000 horas trabajadas	ND	0.64	0.51
Capacitación				
Horas promedio de capacitación	#	28	22	25
Por género				
Masculino	#	27	21	24

Contenido	Unidades	2021	2022	2023
Femenino	#	36	27	29
Por nivel de contribución				
Líderes estratégicos (gerencia alta)	#	53	28	24
Líderes tácticos (gerencia media)	#	67	33	33
Líderes de gente (gerencia baja)	#	73	34	39
Contribuidores individuales	#	38	29	30
Contribuidores a la operación	#	22	20	17
Practicantes	#	31	10	48
Por grupo de edad				
18-34	#	ND	25	
35-44	#	ND	20	
45-59	#	ND	18	
60+	#	ND	13	
18-29	#			30
30 - 50	#			24
51+	#			16
Por tema de capacitación				
Salud y seguridad	#	ND	339,922	240,694
Sostenibilidad	#	ND	ND	32,362
Derechos humanos	#	ND	ND	22,187
Habilidades técnicas	#	ND	ND	944,705
Liderazgo	#	ND	ND	106,354
Otro	#	ND	ND	894,776
Inversión promedio por empleado en capacitación y desarrollo	pesos mexicanos	2,098	2,257	2,806
Retorno de la inversión en capital humano ((Ingresos - (Gastos operativos - Gastos relacionados con los empleados)) / Gastos relacionados con los empleados)	HC ROI	4.57	5.12	5.03
Desempeño				
Empleados que reciben revisiones periódicas de desempeño y desarrollo profesional	%	97%	97%	98%



Contenido	Unidades	2021	2022	2023
Bienestar integral de los empleados				
Días perdidos				
Índice general de enfermedades	días perdidos por 100 empleados	534.40	467.50	339.75
Clima organizacional				
Nivel de compromiso registrado en la encuesta anual de clima organizacional	%	91%	91%	89%
Empleados que participaron en la encuesta de clima organizacional	%	92%	92%	93%
Programa de voluntariado				
Iniciativas totales de voluntariado	#	2,432	2,337	2,181
Voluntarios totales (internos y externos)	#	93,012	105,958	129,388
Horas totales de voluntariado	#	254,873	250,812	302,531
Inversión total en voluntariado	millones de USD	0.28	8.7	1.5
Negociación colectiva				
Empleados cubiertos por contratos de negociación colectiva	%	62%	62.10%	65.82%
Desarrollo comunitario				
Inversión comunitaria				
Inversión comunitaria total	millones de pesos mexicanos	ND	47.2	88.6
Personas totales beneficiadas directamente por iniciativas comunitarias	#	423,961	321,685	359,343
Plantas prioritarias con un plan de relacionamiento con la comunidad bajo la metodología MARRCO	#	0	3	4
Países con programas comunitarios y evaluación de impactos	%	100%	100%	100%
Ética y gobernanza				
Consejo				
Tipo de consejero / sistema de un nivel				
Consejeros ejecutivos	#	0	0	0
Consejeros no ejecutivos	#	8	8	8
Consejeros independientes	#	9	8	8

Contenido	Unidades	2021	2022	2023
Consejeros por género				
Masculino	#	17	16	14
Femenino	#	0	0	2
Años en el Consejo				
Años promedio de los consejeros en el consejo	años	13.40	12.81	10.93
Anticorrupción / Ética / Código de Ética				
Comunicación y capacitación sobre anticorrupción				
Empleados que se adhirieron al proceso y las políticas anticorrupción de la empresa	%	100%	100%	100%
Empleados capacitados en anticorrupción y ética	%	ND	ND	80%
Línea ética				
Total de denuncias recibidas	#	1,616	1,371	2,163
Quejas por categoría				
Operativas	%	12%	12%	12%
Información financiera	%	0%	2%	1%
Recursos humanos	%	88%	86%	87%
Quejas por estado				
En revisión	%	29%	45%	32%
Fundamentadas	%	32%	24%	30%
No fundamentadas	%	39%	31%	38%
Anticorrupción				
Costo de multas, sanciones o acuerdos en relación con la corrupción	pesos mexicanos	-	-	-
Derechos Humanos + Diversidad, Equidad e Inclusión				
Empleados				
Empleados + Indirectos	#	84,568	97,213	104,241
Empleados	#	74,574	80,447	86,811
Indirectos	#	9,994	16,766	17,430
Género (empleados)				
Masculino	#	65,218	68,969	73,319
	%	87.45%	85.73%	84.46%



Contenido	Unidades	2021	2022	2023
Femenino	#	9,356	11,478	13,492
	%	12.55%	14.27%	15.54%
Grupo de edad (empleados)				
18-34	%	54%		
35-44	%	29%		
45-59	%	16%		
60+	%	1%		
<30	%		38%	34%
30-50	%		54%	57%
>50	%		7%	9%
País (empleados)				
Argentina	#	2,346	2,462	2,583
Brasil	#	19,278	22,034	24,090
Colombia	#	3,159	3,351	3,482
Costa Rica	#	1,189	1,261	1,358
Guatemala	#	2,952	3,068	3,242
México	#	42,291	45,565	49,224
Nicaragua	#	712	769	819
Panamá	#	1,247	1,275	1,327
Uruguay	#	681	662	686
Nivel de contribución (empleados)				
Líderes estratégicos (gerencia alta)	#	ND	116	127
Masculino	%	79%	78%	73%
Femenino	%	21%	22%	27%
Líderes tácticos (gerencia media)	#	ND	898	934
Masculino	%	75%	73%	71%
Femenino	%	25%	27%	29%
Líderes de gente (gerencia baja)	#	ND	2,375	2,427
Masculino	%	61%	71%	69%
Femenino	%	39%	29%	31%
Contribuidores individuales	#	ND	25,651	27,553
Masculino	%	77%	74%	72%

Contenido	Unidades	2021	2022	2023
Femenino	%	23%	26%	28%
Contribuidores a la operación	#	ND	51,721	55,770
Masculino	%	94%	92%	91%
Femenino	%	6%	8%	9%
Nacionalidad (empleados)				
Argentina	%	3%	3%	3%
Brasil	%	26%	27%	27%
Colombia	%	4%	4%	4%
Costa Rica	%	<1%	2%	1%
Guatemala	%	4%	4%	4%
México	%	58%	56%	56%
Nicaragua	%	<1%	1%	1%
Panamá	%	2%	2%	1%
Uruguay	%	<1%	<1%	1%
Venezuela	%	<1%	1%	<1%
Otros	%	<1%	<1%	<1%
Nacionalidad (% en puestos directivos)				
Argentina	%	ND	6%	5%
Brasil	%	ND	17%	21%
Colombia	%	ND	7%	8%
Costa Rica	%	ND	3%	2%
Guatemala	%	ND	3%	2%
México	%	ND	59%	58%
Nicaragua	%	ND	1%	<1%
Panamá	%	ND	1%	<1%
Uruguay	%	ND	<1%	1%
Venezuela	%	ND	1%	2%
Otros	%	ND	<1%	1%
Mujeres				
Participación en puestos directivos (líderes estratégicos y tácticos)	%	28.0%	28.4%	29.0%



Contenido	Unidades	2021	2022	2023
Participación en el total de puestos directivos (líderes estratégicos, tácticos y de gente)	%	ND	28.2%	30.3%
Participación en puestos de alta dirección (como % del total de puestos de dirección)	%	ND	0.8%	1.0%
Total en puestos no directivos (contribuidores individuales)	%	23.0%	26.0%	28.0%
Mujeres en puestos directivos en funciones generadoras de ingresos	%	26.4%	15.9%	12.0%
Mujeres en puestos relacionados con STEM	%	7.0%	11.6%	13.0%
Brecha salarial de género ⁽¹⁰⁾				
Promedio de brecha salarial entre hombres y mujeres (hombres vs. mujeres)	%	ND	ND	2.8%
Mediana de brecha salarial entre hombres y mujeres (hombres vs. mujeres)	%	ND	ND	3.4%
Discapacidades				
Empleados con discapacidades	#	ND	ND	1,132
Derechos humanos				
Horas totales de formación en derechos humanos	#	ND	12,293	22,187
Portafolio de productos				
Satisfacción del cliente - CSM ⁽¹¹⁾	%	88.1%	90.9%	91.2%

Notas

ND: No disponible.

Los datos reportados para Agua, Un mundo sin residuos y Acción por el clima no incluyen las 7 plantas adquiridas en México al cierre de 2022, las cuales aún se encuentran en el proceso de un año de alineación requerido a los estándares de Coca-Cola FEMSA.

- (1) Todos los residuos peligrosos se reciclan, se envían a composta o se incineran para recuperación energética.
- (2) Nuestras emisiones y desempeño energético reflejan todas nuestras operaciones y se calculan con base en la metodología SBTi.
- (3) Nuestro objetivo SBTi no incluye la electricidad de los equipos de refrigeración de nuestros clientes.
- (4) Incluye plantas y centros de distribución. En 2021 obtuvimos I-REC para el suministro de energía renovable de nuestras operaciones, incluyendo plantas y centros de distribución.
- (5) Del total de evaluaciones realizadas por The Coca-Cola Company a proveedores significativos identificados.
- (6) Proveedores con baja evaluación de desempeño: aquellos que han sido evaluados en varias ocasiones y no han demostrado una mejora significativa. Se realizan auditorías in situ para gestionar un análisis de causa raíz y se da un plazo para realizar mejoras (de lo contrario se penalizará al proveedor).
- (7) Todos los proveedores evaluados, cualquiera que sea su evaluación de desempeño, cuentan con un plan de acción.
- (8) Todos los proveedores evaluados participan en un programa de capacitación ASG (mínimo de 6 meses) y proveedores adicionales formaron parte del Programa de Liderazgo de Proveedores para la Transición Climática.
- (9) 2021 y 2022 no incluye rotación en la oficina corporativa de México.
- (10) El análisis salarial no considera empleados sindicalizados ni tabulados (valor fijo).
- (11) CSM es un índice cualitativo y cuantitativo que mide el servicio al cliente en los ámbitos comercial y áreas de distribución. Sumado a esto, implementamos herramientas integrales de medición y escucha, así como así como ciclos estándar para atender las solicitudes de los clientes.



ÍNDICE DE CONTENIDO SASB

Tabla 1. Temas de divulgación sobre sostenibilidad y parámetros de contabilidad

Tema	Parámetro de contabilidad	Código	Respuesta
Gestión del combustible de la flota	Combustible de la flota consumido	FB-NB-110a.1	Desempeño al detalle Acción por el clima
	Porcentaje renovable		
Gestión de la energía	Energía operativa consumida	FB-NB-130a.1	Desempeño al detalle Acción por el clima
	Porcentaje de electricidad de la red		
	Porcentaje de renovables		
Gestión del agua	Total de agua extraída	FB-NB-140a.1	Desempeño al detalle Agua
	Total de agua consumida		
	Porcentaje de cada una en regiones con un estrés hídrico inicial alto o extremadamente alto	FB-NB-140a.2	Promover un futuro sostenible Agua
	Descripción de los riesgos de la gestión del agua y análisis de las estrategias y las prácticas para mitigarlos		
Salud y nutrición	Ingresos por bebidas sin calorías y bajas en calorías	FB-NB-260a.1	Actualmente no reportado.
	Ingresos por bebidas sin azúcar añadido		
	Ingresos por bebidas endulzadas artificialmente		
	Análisis del proceso de identificación y gestión de los productos e ingredientes relacionados con las preocupaciones nutricionales y de salud de los consumidores	FB-NB-260a.2	Creer nuestro negocio core El compromiso de Coca-Cola FEMSA con la mercadotecnia responsable, decisiones informadas y la calidad



Tema	Parámetro de contabilidad	Código	Respuesta
Etiquetado y marketing de productos	Porcentaje de anuncios publicitarios (1) realizados para niños y (2) realizados para niños que promueven productos que cumplen con las recomendaciones alimentarias	FB-NB-270a.1	Crecer nuestro negocio core El compromiso de Coca-Cola FEMSA con la mercadotecnia responsable, decisiones informadas y la calidad
	Ingresos de los productos etiquetados como (1) que contienen organismos modificados genéticamente (OMG) y (2) que no contienen OMG	FB-NB-270a.2	Actualmente no reportado.
	Número de incidentes de no conformidad de los códigos reglamentarios o del sector para el etiquetado o el marketing	FB-NB-270a.3	Crecer nuestro negocio core El compromiso de Coca-Cola FEMSA con la mercadotecnia responsable, decisiones informadas y la calidad
	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con las prácticas de etiquetado o de marketing	FB-NB-270a.4	
Gestión del ciclo de vida de los envases	Peso total de los envases	FB-NB-410a.1	Desempeño al detalle Un mundo sin residuos
	Porcentaje fabricado con materiales reciclados o renovables		
	Porcentaje que es reciclable, reutilizable o compostable		
	Análisis de las estrategias para reducir el efecto ambiental de los embalajes a lo largo de su ciclo de vida	FB-NB-410a.2	Promover un futuro sostenible Un mundo sin residuos
Impactos ambientales y sociales de la cadena de suministro de ingredientes	Auditoría de la responsabilidad social y ambiental de los proveedores: (1) tasa de no conformidad y (2) tasa de acciones correctivas correspondientes para casos de no conformidad a) importantes y b) leves	FB-NB-430a.1	Desempeño al detalle Abastecimiento sostenible Ética y gobernanza Gestión de la cadena de suministro
Suministro de ingredientes	Porcentaje de los ingredientes de las bebidas que proceden de regiones con un estrés hídrico inicial alto o extremadamente alto	FB-NB-440a.1	Desempeño al detalle Agua
	Lista de ingredientes prioritarios de las bebidas y descripción de los riesgos de abastecimiento debido a consideraciones ambientales y sociales	FB-NB-440a.2	Ética y gobernanza Gestión de riesgos

Tabla 2.
Parámetros de actividad

Parámetro de actividad	Código	Respuesta
Volumen de productos vendidos	FB-NB-000.A	Acerca de Coca-Cola FEMSA Nuestra presencia
Número de instalaciones de producción	FB-NB-000.B	
Total de millas recorridas por carretera por la flota	FB-NB-000.C	Desempeño al detalle Acción por el clima



ÍNDICE DE CONTENIDO GRI

Declaración	Respuesta
GRI 2: Contenidos generales 2021	
2-1 Detalles organizacionales	<p>Acerca de Coca-Cola FEMSA</p> <p>Apéndice Información para accionistas y analistas Acerca de nuestro informe integrado</p>
2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	<p>Apéndice Acerca de nuestro informe integrado</p>
2-3 Periodo objetivo del informe, frecuencia y punto de contacto	<p>Apéndice Información para accionistas y analistas Acerca de nuestro informe integrado</p>
2-4 Actualización de la información	La información sobre cualquier actualización de los datos se incluye en los pies de página de la información relevante.
2-5 Verificación externa	<p>Apéndice Reporte de verificación independiente</p>
2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	<p>Acerca de Coca-Cola FEMSA</p>
2-7 Empleados	<p>Promover un futuro sostenible Bienestar integral de los colaboradores</p> <p>Apéndice Desempeño al detalle</p>
2-8 Trabajadores que no son empleados	
2-9 Estructura de gobernanza y composición	Ética y gobernanza
2-10 Designación y selección del máximo órgano de gobierno	Informe 20-F y otros informes: https://coca-colafemsa.com/inversionistas/reportes-y-resultados/
2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno	



Declaración	Respuesta
2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	Ética y gobernanza Gestión de riesgos
2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	Apéndice Informe del Grupo de Trabajo sobre Divulgaciones Financieras Relacionadas con el Clima (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, TCFD) La metodología de gestión de riesgos en Coca-Cola FEMSA se basa en los criterios establecidos en ISO 31000 y en el Internal Control-Integrated Framework (ICIF-2013) que emite el Comité de Organizaciones Patrocinadoras de la Comisión de Normas (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, COSO). Las mejores prácticas se incluyen en la metodología: descripción del riesgo, probabilidad de que ocurra e impacto, descripción del apetito de riesgo, priorización de los riesgos identificados y descripción de las acciones de mitigación (actividades de control). Estos riesgos se evalúan y registran en una Matriz de Riesgos y Controles. Además de las responsabilidades de nuestro Director General de administrar y dar seguimiento al proceso de gestión de riesgos, nuestro Director de Finanzas tiene una responsabilidad específica sobre la gestión de riesgos a nivel operativo y nuestro Director de Administración y Control Corporativo (que le reporta directamente al Comité de Auditoría de FEMSA) tiene la responsabilidad de monitorear y auditar el desempeño en gestión de riesgos a nivel operativo.
2-14 Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	Ética y gobernanza Promover un futuro sostenible Nuestras prioridades en materia de sostenibilidad
2-15 Conflictos de interés	Informe 20-F y otros informes: https://coca-colafemsa.com/inversionistas/reportes-y-resultados/ Código de Ética: https://coca-colafemsa.com/wp-content/uploads/2022/09/KOF_Codigo_de_etica_Esp_ALTA_sep_2022.pdf
2-16 Comunicación de inquietudes críticas	Ética y gobernanza Fomentar una cultura de seguridad psicológica a través de nuestro Sistema Integral Ético
2-17 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	Ética y gobernanza
2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	Informe 20-F y otros informes: https://coca-colafemsa.com/inversionistas/reportes-y-resultados/
2-19 Políticas de remuneración	Ética y gobernanza
2-20 Proceso de determinación de los temas materiales	
2-21 Ratio de compensación total anual	No se informa sobre esto actualmente
2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	A nuestros grupos de interés



Declaración	Respuesta
2-23 Compromisos y políticas	Favor de consultar las siguientes secciones para referencias a nuestras políticas y compromisos. Crece el negocio core El compromiso de Coca-Cola FEMSA con el marketing responsable, decisiones informadas y la calidad Promover un futuro sostenible Agua Un Mundo sin Residuos Bienestar integral de los colaboradores
2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	Ética y gobernanza Fomentar una cultura de seguridad psicológica a través de nuestro Sistema Integral Ético Respeto a los derechos humanos Ciberseguridad Gestión de la cadena de suministro
2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	Ética y gobernanza Fomentar una cultura de seguridad psicológica a través de nuestro Sistema Integral Ético
2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	Desempeño al detalle Acción por el clima Ética y gobernanza
2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas	→ Asociaciones y Membresías
2-28 Afiliación a asociaciones	Promover un futuro sostenible El camino de Coca-Cola FEMSA hacia el crecimiento sostenible e inclusivo Apéndice Capitales y relacionamiento
2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés	Promover un futuro sostenible Bienestar integral de los colaboradores Apéndice Desempeño al detalle
2-30 Convenios de negociación colectiva	
GRI 3: Temas materiales 2021	
3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	Promover un futuro sostenible Nuestras prioridades en materia de sostenibilidad
3-2 Lista de temas materiales	



Declaración	Respuesta
3-3 Gestión de los temas materiales	Nuestros temas materiales se incluyen en nuestro Marco de Sostenibilidad. Para mayor detalle sobre la gestión de cada tema material, consulte la sección correspondiente de nuestro Informe Anual con enfoque en: Crecer el negocio core Promover un futuro sostenible Ética y gobernanza
GRI 201: Desempeño económico 2016	
201-1 Valor económico directo generado y distribuido	Apéndice Datos financieros
201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	Apéndice Informe del Grupo de Trabajo sobre Divulgaciones Financieras Relacionadas con el Clima (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, TCFD)
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016	
203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	Promover un futuro sostenible Agua Un Mundo sin Residuos Bienestar integral de los colaboradores Desarrollo comunitario
GRI 204: Prácticas de abastecimiento 2016	
204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	Ética y gobernanza Gestión de la cadena de suministro Apéndice Desempeño al detalle
GRI 205: Anticorrupción 2016	
205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Ética y gobernanza Fomentar una cultura de seguridad psicológica a través de nuestro Sistema Integral Ético Apéndice Desempeño al detalle
205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	Apéndice Desempeño al detalle



Declaración	Respuesta
GRI 301: Materiales 2016	
301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	Acerca de Coca-Cola FEMSA Nuestras metas de sostenibilidad
301-2 Insumos reciclados utilizados	Promover un futuro sostenible Un Mundo sin Residuos
301-3 Productos y materiales de envasado recuperados	Apéndice Desempeño al detalle
GRI 302: Energía 2016	
302-1 Consumo energético dentro de la organización	Promover un futuro sostenible Acción por el clima
302-3 Intensidad energética	Apéndice Desempeño al detalle
302-4 Reducción del consumo energético	
302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	
GRI 303: Agua y efluentes 2018	
303-1 Interacción con el agua como recurso compartido	Promover un futuro sostenible Agua
303-2 Gestión de los impactos relacionados con el vertido de agua	Apéndice Desempeño al detalle
303-3 Extracción de agua	Toda el agua que se descarga se mide con base en los requisitos establecidos por The Coca-Cola Company y en los que requieren las regulaciones de los países. En todo momento empleamos métodos aprobados, equipo calibrado y frecuencias definidas. Algunos de nuestros límites dentro los parámetros de aguas residuales son BOD <50 mg/L, fósforo <2 mg/L, nitrógeno total <5 mg/L, variación en temperatura (agua recibida) ≤5 °C, oxígeno disuelto >4 mg/L, pH 6.5 a 8 y total de sólidos suspendidos <50 mg/L. El análisis de la calidad del agua se lleva a cabo trimestralmente a menos que la regulación requiera un análisis más frecuente. Todas las plantas de producción tienen sus propios controles para garantizar la calidad de las aguas residuales.
303-4 Vertido de agua	
303-5 Consumo de agua	
GRI 304: Biodiversidad 2016	
304-1 Sitios operacionales en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas	Promover un futuro sostenible Agua
304-3 Hábitats protegidos o restaurados	



Declaración	Respuesta
GRI 305: Emisiones 2016	
305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	<p>Acerca de Coca-Cola FEMSA Nuestras metas de sostenibilidad</p> <p>Promover un futuro sostenible Acción por el clima</p> <p>Apéndice Desempeño al detalle</p>
305-2 Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)	
305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	
305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	
305-5 Reducción de las emisiones de GEI	
GRI 306: Efluentes y residuos 2020	
306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	<p>Acerca de Coca-Cola FEMSA Nuestras metas de sostenibilidad</p> <p>Promover un futuro sostenible Un Mundo sin Residuos</p> <p>Apéndice Desempeño al detalle</p>
306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	
306-3 Residuos generados	
306-4 Residuos no destinados a eliminación	
306-5 Residuos destinados a eliminación	
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016	
308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	<p>Ética y gobernanza Gestión de la cadena de suministro</p> <p>Apéndice Desempeño al detalle</p>
308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	
GRI 401: Empleo 2016	
401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	<p>Promover un futuro sostenible Bienestar interno de los colaboradores</p> <p>Apéndice Desempeño al detalle</p> <p>El mínimo de licencia pagada por maternidad es 12 semanas y el mínimo de licencia pagada por paternidad es 2 semanas.</p>
401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	
401-3 Permiso parental	



Declaración	Respuesta
GRI 402: Relaciones trabajador-empresa 2016	
402-1 Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	Los avisos de cambios operacionales significativos se hacen en cumplimiento con las leyes aplicables en los países en los que operamos.
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018	
403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Acerca de Coca-Cola FEMSA Nuestras metas de sostenibilidad Promover un futuro sostenible Bienestar integral de los colaboradores Apéndice Desempeño al detalle
403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	
403-3 Servicios de salud en el trabajo	
403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	
403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	
403-6 Promoción de la salud de los trabajadores	
403-7 Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad en el trabajo directamente vinculados a través de las relaciones comerciales	
403-8 Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	
403-9 Lesiones por accidente laboral	
403-10 Las dolencias y enfermedades laborales	
GRI 404: Formación y educación 2016	
404-1 Promedio de horas de formación al año por empleado	Promover un futuro sostenible Bienestar integral de los colaboradores Apéndice Desempeño al detalle
404-2 Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición	
404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y del desarrollo de su carrera	



Declaración	Respuesta
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	
405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados	Ética y gobernanza Consejo de Administración Promover un futuro sostenible Bienestar integral de los colaboradores
405-2 Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres	Apéndice Desempeño al detalle
GRI 406: No discriminación 2016	
406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	Ética y gobernanza Fomentar una cultura de seguridad psicológica a través de nuestro Sistema Integral Ético Los incidentes de discriminación se denuncian a través de la Línea Ética en el tema de Recursos Humanos.
GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva 2016	
407-1 Operaciones y proveedores en los que el derecho a la libertad de asociación y la negociación colectiva podría estar en riesgo	Ninguna de nuestras operaciones ha puesto en riesgo el derecho de nuestros trabajadores a la libertad de asociación. Como parte de nuestro compromiso, FEMSA y Coca-Cola FEMSA publicaron una consulta pública de nuestra Política de Derechos Humanos y Laborales, en la que establecemos que: “3. Libertad de asociación y libertad sindical Respetamos el derecho de libertad de asociación y libertad sindical de los colaboradores, así como el derecho de constituir o formar parte, de manera voluntaria y libre, de un sindicato sin temor a represalias o intimidaciones. Respetamos la autonomía, institucionalidad, administración interna y ascendencia que las organizaciones sindicales tengan con sus afiliados. Atendemos las relaciones colectivas de trabajo con las organizaciones sindicales legítimas que afilien y representen a sus colaboradores. https://coca-colafemsa.com/wp-content/uploads/2022/02/Comunicado_Politica-derechoshumanos_v3.pdf
GRI 408: Trabajo infantil 2016	
408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	Ética y gobernanza Gestión de la cadena de suministro Valoramos, respetamos y protegemos a las personas que trabajan en Coca-Cola FEMSA y no permitimos el trabajo infantil. Cumplimos con todas las leyes relacionadas con el trabajo infantil y apoyamos la erradicación del trabajo infantil y la explotación. Esperamos la misma conducta ética de parte de nuestros socios comerciales.



Declaración	Respuesta
GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio 2016	
409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	Ética y gobernanza Gestión de la cadena de suministro Valoramos, respetamos y protegemos a las personas que trabajan en Coca-Cola FEMSA y no permitimos el trabajo forzoso. Cumplimos con todas las leyes laborales y apoyamos la erradicación del trabajo forzoso u obligatorio. Esperamos la misma conducta ética de parte de nuestros socios comerciales.
GRI 413: Comunidades locales 2016	
413-1 Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo	Promover un futuro sostenible Desarrollo comunitario Apéndice Desempeño al detalle
GRI 414: Evaluación social de proveedores 2016	
414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales	Ética y gobernanza Gestión de la cadena de suministro
414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Apéndice Desempeño al detalle



INFORME DE ASEGURAMIENTO LIMITADO INDEPENDIENTE



MADRID - A CORUÑA
AMSTERDAM - LONDRES - PARIS - ISTANBUL
CIUDAD DE MÉXICO - CIUDAD DE PANAMÁ - CIUDAD DE GUATEMALA - QUITO

Informe de Aseguramiento Limitado Independiente para Coca Cola FEMSA, S.A.B. de C.V.

Al Consejo de Administración de Coca Cola FEMSA, S.A.B de C.V. (en adelante "KOF"),

Alicance

Conforme a su solicitud, hemos sido requeridos para proporcionar un nivel de aseguramiento limitado sobre los indicadores de desempeño seleccionados por KOF, incluidos en el "Informe Integrado 2023" (en adelante el "Informe Integrado") y mencionados dentro del "Anexo A" para el ejercicio comprendido del 1° de enero al 31 de diciembre de 2023.

Responsabilidades de KOF

KOF ha sido responsable de la preparación, del contenido y presentación del "Informe Integrado" tomando en consideración, los contenidos propuestos (criterios) en los *Estándares de Global Reporting Initiative (GRI) e indicadores propios de desempeño de la compañía*.

Esta responsabilidad considera el diseño, la implementación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que la información contenida en el "Informe Integrado" esté libre de incorrección material, debido a fraude o error.

Responsabilidades de Valora Consultores

Nuestra responsabilidad consistió en expresar una conclusión sobre la presentación de indicadores e información enlistada en el **Anexo A**, conforme a los requerimientos de los Estándares GRI e indicadores propios de desempeño de la compañía.

Con el fin de asegurar que el proceso de revisión independiente cumple con los requerimientos éticos necesarios para asegurar la independencia de nuestro trabajo como auditores de información no financiera, nuestro trabajo se desarrolló de acuerdo con la Norma ISAE3000, *Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*, emitida por la *International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB)* de la *International Federation of Accountants (IFAC)*.

Procedimientos realizados

El alcance de nuestra revisión independiente, así como de los procedimientos de recopilación de evidencias realizados fue de seguridad limitada, el cual es menor al de un trabajo de seguridad razonable y por ello también el nivel de seguridad que se proporciona. El presente Informe de Revisión Independiente en ningún caso debe entenderse como un informe de auditoría.

Los procedimientos que realizamos se describen a continuación:

- Selección de información a verificar con base en la materialidad y conocimiento previo de la compañía.
- Entrevistas con el personal responsable de generar y proporcionar la información contenida en el Informe para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados.
- Revisión de los procesos de recopilación, control interno y consolidación de los datos.
- Revisión de la cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en el Informe en función de las operaciones y los aspectos materiales previamente identificados.
- Revisión de evidencias con base en un muestreo de la información de acuerdo con un análisis de riesgo.
- Revisión de la aplicación de lo requerido de conformidad con los Estándares GRI.

Conclusión

Basados en nuestra revisión y la evidencia presentada por KOF no tuvimos conocimiento de situación alguna que nos haga creer que los indicadores contenidos dentro del "Informe Integrado 2023" de KOF, no haya sido obtenida de manera fiable, no esté presentada de manera adecuada, tenga desviaciones u omisiones significativas, o que no haya sido preparada con base en los requerimientos establecidos en los Estándares GRI.

Gerardo Gustavo Torres Fernández
Director de transformación e impacto ASG México
Ciudad de México, a 19 de marzo de 2024



Anexo A.

Indicadores de desempeño

GRI / ID ¹	Nombre del contenido o indicador	Cobertura de la información ²	Alcance del cumplimiento del contenido GRI (Incisos)	Información reportada	Unidad
ID	Colaboradores	Todas las operaciones de KOF	NA	86,811	Número total de colaboradores (sin terceros)
ID	Colaboradores por país	Todas las operaciones de KOF	NA	49,224	Número de colaboradores México
				24,090	Número de colaboradores Brasil
				1,358	Número de colaboradores Costa Rica
				3,242	Número de colaboradores Guatemala
				819	Número de colaboradores Nicaragua
				1,327	Número de colaboradores Panamá
				686	Número de colaboradores Uruguay
				3,482	Número de colaboradores Colombia
				2,583	Número de colaboradores Argentina
				ID	Porcentaje de colaboradores por género
ID	Porcentaje de colaboradores por grupo etario	Todas las operaciones de KOF	NA	16	Porcentaje de colaboradores mujeres en la organización
				34	Porcentaje de colaboradores < 30 años
				37	Porcentaje de colaboradores entre 30-39 años
				21	Porcentaje de colaboradores entre 40-49 años
				8	Porcentaje de colaboradores entre 50-59 años
ID	Porcentaje de colaboradores por nivel	Todas las operaciones de KOF	NA	1	Porcentaje de colaboradores > 60 años
				73	Porcentaje de hombres líderes estratégicos
				27	Porcentaje de mujeres líderes estratégicos
				71	Porcentaje de hombres líderes tácticos
				29	Porcentaje de mujeres líderes tácticos
				69	Porcentaje de hombres líderes de gente
				31	Porcentaje de mujeres líderes de gente
				72	Porcentaje de hombres contribuciones individuales
				28	Porcentaje de mujeres contribuciones individuales
				91	Porcentaje de hombres contribuciones a la operación
9	Porcentaje de mujeres contribuciones a la operación				
ID	Mujeres en posiciones de liderazgo	Todas las operaciones de KOF	NA	29	Porcentaje de mujeres en posiciones de liderazgo
ID	Mujeres en posiciones STEM del total de posiciones STEM	Todas las operaciones de KOF	NA	13	Porcentaje de mujeres en posiciones STEM del total de posiciones STEM
ID	Materiales de resina	Todas las	NA	331.86	Total de resina en kilotoneladas

¹ Indicador propio de desempeño basado en GRI

² La cobertura de la información no incluye la operación en Venezuela



INFORME DE ASEGURAMIENTO LIMITADO INDEPENDIENTE



GRI / ID ³	Nombre del contenido o indicador	Cobertura de la información ³	Alcance del cumplimiento del contenido GRI (Incisos)	Información reportada	Unidad
	utilizados por peso (Toneladas de PET reciclado compradas)	operaciones de KOF		221.97	Resina virgen en kilotoneladas
				109.89	Resina reciclada en kilotoneladas
301-2	Insumos reciclados (% de PET reciclado incluido en botellas de PET)	Todas las operaciones de KOF	a	33	Porcentaje de resina reciclada utilizada
302-1	Consumo de energía dentro de la organización	Todas las operaciones de KOF	a, b, c, d, e	3,909,347.68	Consumo total de energía en GJ
				2,144,909.31	Consumo total de energía eléctrica en GJ
				1,764,438.38	Consumo total de energía térmica en GJ
ID	Uso de energía eléctrica de fuentes limpias	Todas las operaciones de KOF	NA	77	Porcentaje de energía limpia utilizada
302-3	Intensidad energética	Todas las operaciones de KOF	a, b, c, d	6.11	Litros de bebida producida/MJ
303-3	Extracción de agua por fuente	Todas las operaciones de KOF	a, b, c, d	9.24	Extracción de agua de la red municipal en miles de Mega litros
				21.74	Extracción de agua de pozo en miles de Mega litros
				0.0073	Extracción de agua lluvia en miles de Mega litros
				0.0003	Extracción de agua de río en miles Mega litros
ID	Intensidad en el consumo de agua – Uso eficiente del agua	Todas las operaciones de KOF	NA	1.42	Litros de agua consumida por litro de bebida producida
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Todas las operaciones de KOF	a, b	576,950.95	Total de emisiones para el alcance 1 en tCO ₂ e
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	Todas las operaciones de KOF	a, b	26,950.10	Total de emisiones indirectas en tCO ₂ e
305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	Todas las operaciones de KOF	a, b, c	27.19	Total de emisiones/litros de bebida producida
ID	Porcentaje de reciclaje o disposición adecuada de los desechos postindustriales	Todas las operaciones de KOF	NA	98	Porcentaje de residuos aprovechados
ID	Tasa de incidentes con tiempo perdido	Todas las operaciones de KOF	NA	0.88	Número de casos por cada 200,000 horas
ID	Tasa de incidentes totales	Todas las operaciones de KOF	NA	1.6	Número de casos por cada 200,000 horas
ID	Fatalidades imputables a la empresa	Todas las operaciones de KOF	NA	8	Número de fatalidades por causa interna
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	Todas las operaciones de KOF ³	a	100	Porcentaje de países que cuentan con programas comunitarios y/o evaluaciones de impacto

³ La cobertura de la información contempla las operaciones en Venezuela



INFORME DE ASEGURAMIENTO RAZONABLE INDEPENDIENTE



MADRID - A CORUÑA
AMSTERDAM - LONDRES - PARIS - ISTANBUL
CIUDAD DE MÉXICO - CIUDAD DE PANAMÁ - CIUDAD DE GUATEMALA - QUITO

Informe de Aseguramiento razonable Independiente para Coca Cola FEMSA, S.A.B. de C.V.

Al Consejo de Administración de Coca Cola FEMSA, S.A.B de C.V. (en adelante "KOF"),

Alcance

Conforme a su solicitud, hemos sido requeridos para proporcionar un nivel de aseguramiento razonable sobre los indicadores de desempeño seleccionados por KOF incluidos en el "Informe Integrado 2023" (en adelante el "Informe Integrado") y mencionados dentro del "Anexo A" para el ejercicio comprendido del 1° de enero al 31 de diciembre de 2023.

Responsabilidades de KOF

KOF ha sido responsable de la preparación, del contenido y presentación del "Informe Integrado" considerando el cumplimiento con los contenidos propuestos (criterios) en los Estándares de Global Reporting Initiative (GRI), Sustainability Linked Bond (SLB) e indicadores propios de desempeño.

Esta responsabilidad considera el diseño, la implementación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que la información contenida en el "Informe Integrado" esté libre de incorrección material, debido a fraude o error.

Responsabilidades de Valora Consultores

Nuestra responsabilidad consistió en expresar una opinión sobre la presentación de indicadores e información enlistada en el Anexo A, conforme a los requerimientos de los Estándares GRI, indicadores propios de desempeño de la compañía y SLB.

Con el fin de asegurar que el proceso de revisión independiente cumple con los requerimientos éticos necesarios para asegurar la independencia de nuestro trabajo como auditores de información no financiera, nuestro trabajo se desarrolló de acuerdo con la Norma ISAE3000, Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information, emitida por la International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC).

Procedimientos realizados

El alcance de nuestra revisión independiente, así como de los procedimientos de recopilación de evidencias realizados fue de seguridad razonable, realizando los procedimientos que se describen a continuación:

- Selección de información a verificar con base en la materialidad y conocimiento previo de la compañía.
- Entrevistas con el personal responsable de generar y proporcionar la información contenida en el Informe para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados.
- Revisión de los procesos de recopilación, control interno y consolidación de los datos.
- Revisión de la cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en el Informe en función de las operaciones y los aspectos materiales previamente identificados.
- Revisión de evidencias con base en un muestreo de la información de acuerdo con un análisis de riesgo.
- Revisión de la aplicación de lo requerido de conformidad con los Estándares GRI y SBL.

Opinión

Basados en nuestra revisión y la evidencia presentada por KOF no tuvimos conocimiento de situación alguna que nos haga creer que los indicadores contenidos dentro del "Informe Integrado 2023" de KOF, no haya sido obtenida de manera fiable, no esté presentada de manera adecuada, tenga desviaciones u omisiones significativas, o que no haya sido preparada de acuerdo con los requerimientos establecidos en los Estándares GRI y SLB.

Gerardo Gustavo Torres Fernández
Director de transformación e impacto ASG México
Ciudad de México, a 19 de marzo de 2024



Anexo A.

Indicadores de desempeño

GRI / ID	Nombre del contenido o indicador	Cobertura de la información	Alcance del cumplimiento del contenido GRI (Incisos)	Información reportada	Unidad
ID ¹	Uso de energía eléctrica de fuentes limpias	Todas las operaciones de KOF	NA	77	Porcentaje de energía limpia utilizada
ID ²	Intensidad en el consumo de agua – Uso eficiente del agua	Todas las operaciones de KOF	NA	1.42	Litros de agua consumida por litro de bebida producida
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Todas las operaciones de KOF	a, b	576,950.95	Total de emisiones para el alcance 1 en tCO ₂ e
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	Todas las operaciones de KOF	a, b	26,950.1	Total de emisiones indirectas en tCO ₂ e

¹ Indicador propio de desempeño

² Indicador basado en los criterios Progress of the Sustainability Performance Targets (SPTs) of the Sustainability-Linked Bond (SLB).



INFORME DE ASEGURAMIENTO RAZONABLE INDEPENDIENTE USO DE FONDOS DE BONOS SOCIAL



MADRID - A CORUÑA
AMSTERDAM – LONDRES – PARIS - ISTANBUL
CIUDAD DE MÉXICO – CIUDAD DE PANAMÁ – CIUDAD DE GUATEMALA – QUITO

Informe de Aseguramiento razonable Independiente para Coca Cola FEMSA, S.A.B. de C.V.

Al Consejo de Administración de **Coca Cola FEMSA, S.A.B de C.V.** (en adelante "KOF"),

Alcance

Conforme a su solicitud, hemos sido requeridos para proporcionar un nivel de aseguramiento razonable sobre el uso de los fondos del bono social incluidos en el "Informe Integrado 2023" (en adelante el "Informe Integrado") y mencionados dentro del "Anexo A" para el ejercicio comprendido del 1° de enero al 31 de diciembre de 2023.

Responsabilidades de KOF

KOF ha sido responsable de la preparación, del contenido y presentación del "Informe Anual Integrado" considerando el cumplimiento con los contenidos propuestos (criterios), establecidos por los Social Bond Principles.

Esta responsabilidad considera el diseño, la implementación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que la información contenida en el "Informe Integrado" sobre el uso de los fondos del social, esté libre de incorrección material, debido a fraude o error.

Responsabilidades de Valora Consultores

Nuestra responsabilidad consistió en expresar una opinión sobre la presentación de la información enlistada en el Anexo A, conforme al uso de los fondos del bono social, basándonos en la evidencia obtenida.

Con el fin de asegurar que el proceso de revisión independiente cumple con los requerimientos éticos necesarios para asegurar la independencia de nuestro trabajo como auditores de información no financiera, nuestro trabajo se desarrolló de acuerdo con la Norma ISAE3000, *Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*, emitida por la *International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB)* de la *International Federation of Accountants (IFAC)*.

Procedimientos realizados

El alcance de nuestra revisión independiente, así como de los procedimientos de recopilación de evidencias realizados fue de seguridad razonable, realizando los procedimientos que se describen a continuación:

- Selección de información a verificar con base en la materialidad y conocimiento previo de la compañía.
- Entrevistas con el personal responsable de generar y proporcionar la información contenida en el Informe para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados.
- Revisión de los procesos de recopilación, control interno y consolidación de los datos.
- Revisión de la cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en el Informe en función de las operaciones y los aspectos materiales previamente identificados.
- Revisión de evidencias con base en un muestreo de la información de acuerdo con un análisis de riesgo.
- Revisión de la aplicación de lo requerido de conformidad con los Social Bond Principles.

Opinión

Basados en nuestra revisión y la evidencia presentada por KOF no tuvimos conocimiento de situación alguna que nos haga creer que la asignación de los recursos de los bonos sociales contenidos dentro del "Informe Integrado 2023" de KOF, no haya sido obtenida de manera fiable, no esté presentada de manera adecuada, tenga desviaciones u omisiones significativas, o que no haya sido preparada de acuerdo con los requerimientos establecidos por los Social Bond Principles.



Gerardo Gustavo Torres Fernández
Director de transformación e impacto ASG México
Ciudad de México, a 19 de marzo de 2024



Anexo A.

Uso de los fondos del bono social correspondiente al periodo terminado el 31 de diciembre de 2023

Categoría de proyecto elegible	Cifra	Unidad
Microcréditos	167,174,602	Pesos mexicanos (MXN)
Recursos Humanos	11,808,713	Pesos mexicanos (MXN)
Licencia Social	45,696,467	Pesos mexicanos (MXN)
Inversión total:	224,679,783	Pesos mexicanos (MXN)



INFORME DE ASEGURAMIENTO RAZONABLE INDEPENDIENTE USO DE FONDOS DE BONOS VERDE



MADRID - A CORUÑA
AMSTERDAM – LONDRES – PARIS - ISTANBUL
CIUDAD DE MÉXICO – CIUDAD DE PANAMÁ – CIUDAD DE GUATEMALA – QUITO

Informe de Aseguramiento razonable Independiente para Coca Cola FEMSA, S.A.B. de C.V.

Al Consejo de Administración de **Coca Cola FEMSA, S.A.B de C.V.** (en adelante "KOF"),

Alcance

Conforme a su solicitud, hemos sido requeridos para proporcionar un nivel de aseguramiento razonable sobre el uso de los fondos del bono verdes e incluidos en el "Informe Integrado 2023" (en adelante el "Informe Integrado") y mencionados dentro del "Anexo A" para el ejercicio comprendido del 1° de enero al 31 de diciembre de 2023.

Responsabilidades de KOF

KOF ha sido responsable de la preparación, del contenido y presentación del "Informe Integrado" considerando el cumplimiento con los contenidos propuestos (criterios), establecidos por los Green Bond Principles.

Esta responsabilidad considera el diseño, la implementación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que la información contenida en el "Informe Integrado" sobre el uso de los fondos del bono verde, esté libre de incorrección material, debido a fraude o error.

Responsabilidades de Valora Consultores

Nuestra responsabilidad consistió en expresar una opinión sobre la presentación de la información enlistada en el **Anexo A**, conforme al uso de los fondos del bono verde, basándonos en la evidencia obtenida.

Con el fin de asegurar que el proceso de revisión independiente cumple con los requerimientos éticos necesarios para asegurar la independencia de nuestro trabajo como auditores de información no financiera, nuestro trabajo se desarrolló de acuerdo con la Norma ISAE3000, *Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*, emitida por la *International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB)* de la *International Federation of Accountants (IFAC)*.

Procedimientos realizados

El alcance de nuestra revisión independiente, así como de los procedimientos de recopilación de evidencias realizados fue de seguridad razonable, realizando los procedimientos que se describen a continuación:

- Selección de información a verificar con base en la materialidad y conocimiento previo de la compañía.
- Entrevistas con el personal responsable de generar y proporcionar la información contenida en el Informe para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados.
- Revisión de los procesos de recopilación, control interno y consolidación de los datos.
- Revisión de la cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en el Informe en función de las operaciones y los aspectos materiales previamente identificados.
- Revisión de evidencias con base en un muestreo de la información de acuerdo con un análisis de riesgo.
- Revisión de la aplicación de lo requerido de conformidad con los Green Bond Principles.

Opinión

Basados en nuestra revisión y la evidencia presentada por KOF no tuvimos conocimiento de situación alguna que nos haga creer que la asignación de los recursos de los bonos verdes contenidos dentro del "Informe Integrado 2023" de KOF, no haya sido obtenida de manera fiable, no esté presentada de manera adecuada, tenga desviaciones u omisiones significativas, o que no haya sido preparada de acuerdo con los requerimientos establecidos por los Green Bond Principles.



Gerardo Gustavo Torres Fernández
Director de transformación e impacto ASG México
Ciudad de México, a 19 de marzo de 2024

Gerardo Gustavo Torres Fernández



Anexo A.

Uso de los fondos del bono verde correspondiente al periodo terminado el 31 de diciembre de 2023

Categoría de proyecto elegible	Cifra	Unidad
Economía circular	8,319,109	USD
Acción climática	18,947,593	USD
Gestión del agua	13,746,444	USD
Inversión total:	41,013,146	USD

**RELACIÓN CON INVERSIONISTAS**

Jorge Collazo
Lorena Martín
Marene Aranzabal
Emilio Villacís
kofmxinves@kof.com.mx

SOSTENIBILIDAD

Jordi Cueto-Felgueroso
Carolina Vásquez
sostenibilidad@kof.com.mx

COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Luis Carrillo
Daniel Insulza
Aldana Solano

CONSEJERO LEGAL DE LA COMPAÑÍA

Carlos L. Díaz Sáenz
 Mario Pani N° 100
 Col. Santa Fe Cuajimalpa 05348,
 Ciudad de México, México.
 Teléfono: (52 55) 1519 5000

CONTADORES INDEPENDIENTES

Mancera, S.C.
 A member firm of Ernst & Young Global
 Antara
 Polanco Av. Ejército Nacional Torre
 Paseo 843-B Piso 4 Colonia Granada
 11520 Ciudad de México,
 Teléfono: (52 55) 5283 1400

INFORMACIÓN DE BOLSA DE VALORES

Las acciones comunes de Coca-Cola FEMSA se negocian en la Bolsa Mexicana de Valores y en la Bolsa Institucional de Valores 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
 Bank of New York 101 Barclay Street
 22W New York,
 New York 10286, U.S.A

**COCA-COLA FEMSA,
S.A.B. DE C.V.**

Mario Pani N° 100
 Col. Santa Fe Cuajimalpa 05348,
 Ciudad de México,
 México (52 55) 1519 5000

INFORMACIÓN PARA ACCIONISTAS Y ANALISTAS

KOF BOLSA DE VALORES DE NUEVA YORK Información Trimestral por acción

<i>Dólares Americanos por ADS</i>			2023
Trimestre que termina	US\$ máx.	US\$ mín.	US\$ cierre
Dic-29	95.4	94.4	94.64
Sep-29	79.81	77.77	78.44
Jun-30	83.85	82.15	83.31
Mar-31	81.86	80.17	80.47

Dólares Americanos por ADS 2022

Trimestre que termina	US\$ máx.	US\$ mín.	US\$ cierre
Dic-29	68.91	67.49	67.88
Sep-29	59.15	57.65	58.39
Jun-30	56.23	54.64	55.28
Mar-31	55.15	53.40	54.95

BOLSA MEXICANA DE VALORES Información Trimestral por acción

<i>Pesos mexicanos por acción</i>			2023
Trimestre que termina	Ps. Máx	Ps. Mín	Ps. Cierre
Dic-29	161.61	159.7	160.97
Sep-29	138.21	135.64	136.78
Jun-30	143.33	140.58	143.08
Mar-31	147.34	144.18	144.73

Pesos mexicanos por acción 2022

Trimestre que termina	Ps. Máx	Ps. Mín	Ps. Cierre
Dic-29	133.22	131.05	131.84
Sep-29	118.81	116.02	117.67
Jun-30	113.16	110.56	111.34
Mar-31	109.80	106.28	109.53

ACERCA DE NUESTRO INFORME INTEGRADO

Desde nuestras oficinas principales en la Ciudad de México, presentamos nuestro Informe Integrado 2023, el cual fue elaborado de acuerdo con los lineamientos del International Integrated Reporting Council (IIRC) y con los estándares de la Global Reporting Initiative (GRI), así como con los indicadores materiales de SASB (Sustainability Accounting Standards) para la industria de bebidas no alcohólicas listas para beber.

La información presentada corresponde al periodo del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023 y comprende los datos de todos los países donde Coca-Cola FEMSA, S.A.B. de C.V. tiene operaciones o una participación mayoritaria. Estas operaciones incluyen nuestros territorios de México, Brasil, Guatemala, Colombia y Argentina, así como otros países: Costa Rica, Nicaragua, Panamá y Uruguay. La compañía es integrante de los siguientes índices: Dow Jones Sustainability MILA Pacific Alliance Index, FTSE4Good Emerging Index y S&P/BMV Total Mexico ESG Index, entre otros.

CFO
GERARDO CRUZ CELAYA

Bolsa Mexicana de Valores, Clave de cotización: KOFUBL. NYSE (ADS), Clave de cotización: KOF | Razón de KOFUBL a KOF = 10:1 Coca-Cola FEMSA, S.A.B. de C.V. es el embotellador más grande del 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 marcas a más de 271 millones de consumidores cada día. Con más de 86 mil empleados, la empresa comercializa y vende aproximadamente 4.0 mil millones de cajas unidad a través de más de 2.1 millones de puntos de venta al año. Operando 56 plantas de manufactura y 252 centros de distribución, Coca-Cola FEMSA 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 MILA Pacific Alliance del Dow Jones, FTSE4Good Emerging Index; y del índice S&P/BMV Total México ESG, entre otros. Sus operaciones abarcan ciertos territorios en México, Brasil, Guatemala, Colombia y Argentina y a nivel nacional en Costa Rica, Nicaragua, Panamá, Uruguay y en Venezuela, a través de una inversión en KOF Venezuela. Para obtener más información, visite www.coca-colafemsa.com

1. Para efectos de comparabilidad, los datos cuantitativos no financieros para 2023, 2022, 2021, 2020, 2019 y 2018 no incluyen a Venezuela ya que, a partir del 31 de diciembre de 2017, Venezuela es una operación desconsolidada y reporta como una inversión en acciones. La información de 2017 tampoco incluye a Filipinas.
2. Referencias a "Ps." o "MXN" indican pesos mexicanos o la moneda oficial de reporte de la Compañía.

