

*Coca-Cola* **ANDINA**

**2023**

MEMORIA ANUAL INTEGRADA



# ÍNDICE



Mensaje del Presidente del Directorio	03
Principales cifras 2023	06



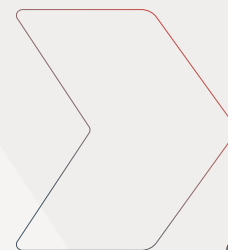
## LLEGAR JUNTOS A TODOS LOS RINCONES

Somos Andina: nuestro propósito, alcance y operaciones	10
Nuestra historia	12
Cadena de valor sostenible	13
Proceso de materialidad	14
Estrategia de creación de valor sostenible	16
Plan de inversiones presupuestado	19
Grupos de interés	21
Valor económico entregado a nuestros grupos de interés	24



## MODELO DE INTEGRIDAD CORPORATIVA

Modelo de Gobierno Corporativo	26
Directorio y principales ejecutivos	29
Prevención de delitos y prácticas corruptas	43
Principales políticas y lineamientos	46
Modelo de gestión de riesgos	48



## PERSONAS: DESARROLLO Y CUIDADO DE NUESTROS TALENTOS

Viviendo el propósito en Coca-Cola Andina	60
Desarrollo y atracción del talento	62
Capacitación	64
Diversidad e inclusión	66
Compensación equitativa	68
Gestión del clima y del compromiso	69
Relaciones laborales	71
Salud y seguridad en el trabajo	72



## PRESENCIA EN LOS MERCADOS, CLIENTES Y CONSUMO: REFRESCANDO MOMENTOS

Nuestra presencia en los mercados	77
Amplitud de portafolio y marcas	79
Clientes, consumidores y canales	83
Digitalización e innovación	88
Producción y procesos eficientes, flexibles y ágiles	92



## REPENSANDO EL CONSUMO Y SU IMPACTO EN EL ENTORNO

Mirada circular	95
Conciencia hídrica	103
Acción por el clima	110



## ECOSISTEMA LOCAL: IMPULSANDO EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL

Relacionamiento y creación de valor comunitario	118
Cadena de abastecimiento responsable	124



## RESUMEN FINANCIERO Y ECONÓMICO

Marco regulatorio	129
Propiedad y control	130
Estructura societaria	138
Filiales, coligadas y asociadas	139
Propiedades e instalaciones	149
Contratos de embotellador	154
Contratos de distribución	155



## ESTADOS FINANCIEROS

Hechos esenciales	157
Estados financieros resumidos – filiales	160
Estados financieros consolidados	168



## INDICADORES ASG Y ESTÁNDARES

Matriz de impacto y materialidad	170
Tablas e indicadores de impacto ASG	172
Índice de normas y estándares	211
Glosario y agradecimientos	227
Carta de verificación	228
Declaración de responsabilidad	236

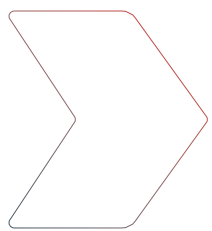
# MENSAJE DEL PRESIDENTE DEL DIRECTORIO

GRI 2-22



Juan Claro G.  
Presidente del Directorio

**"LA SOSTENIBILIDAD CONTINÚA GUIANDO NUESTRO ACTUAR A TRAVÉS DE LA ESTRATEGIA DE CREACIÓN DE VALOR SOSTENIBLE, DONDE INCORPORAMOS LOS PILARES DEL NEGOCIO CON LOS ASPECTOS AMBIENTALES, SOCIALES Y DE GOBERNANZA (ASG) CON UNA MIRADA DE LARGO PLAZO."**



Estimados accionistas y colaboradores,

El año 2023 nos planteó grandes desafíos en materia política, económica y social en los países donde estamos presentes, los que fuimos capaces de sortear de buena forma gracias al compromiso y dedicación del equipo humano que conforma Coca-Cola Andina y la sólida ejecución de nuestra estrategia de creación de valor sostenible.

Durante este periodo, vimos una permanente inestabilidad económica en algunos mercados en los que operamos, con una alta inflación y contracción económica en Argentina, altas tasas de interés en Chile y Brasil, y un fuerte aumento en el costo del azúcar, una de nuestras principales materias primas.

En el ámbito político, Argentina eligió un nuevo presidente, quien -junto a su equipo- busca implementar un intenso plan de recuperación económica. En Brasil, se cumplió un año de gobierno -no exento de desafíos políticos y económicos- de la nueva administración y en Paraguay, tras las elecciones presidenciales, el oficialismo asumió un nuevo periodo al mando del país. Por último, en Chile y tras años de incertidumbre, se llevó a cabo un segundo Plebiscito Constitucional, cerrando así el proceso y estableciendo un marco de acción basado en la Constitución vigente.

Bajo este escenario, en Coca-Cola Andina hemos estado atentos a las necesidades de nuestros clientes y consumidores, adaptándonos con eficiencia y rapidez, con el objetivo de cumplir nuestro propósito de "llegar juntos a todos los rincones para refrescar momentos y abrir oportunidades".

De esta manera, cerramos el año 2023 con un EBITDA ajustado consolidado de Ch\$470.108 millones, lo que significó un aumento de 1.2% con respecto al año 2022 y un volumen de ventas que alcanzó los 882.6 millones de cajas unitarias, es decir, un 1.0% de aumento respecto a ese mismo año. Cabe destacar que este resultado fue afectado negativamente por la conversión a pesos chilenos de los resultados en moneda local de cada operación. Es así como las cuatro operaciones mostraron muy buenos resultados en moneda local, con el EBITDA ajustado de Argentina aumentando 3.0% (en términos reales), Brasil un 23.9%, Chile un 5.1% y Paraguay un 16.4%, mientras que la utilidad neta (ganancia atribuible a los propietarios de la controladora) de la Compañía alcanzó los Ch\$171.441 millones, un 36.6% por sobre el año anterior.

Por su parte, y con el objetivo de refinanciar un bono que la compañía tenía en Estados Unidos, en septiembre concretamos la colocación de un bono en el mercado de Suiza por 170 millones de francos suizos (aproximadamente US\$190 millones), a 5 años y con una tasa de 2,7175%, lo que es una señal de respaldo del mercado a la gestión de la compañía.

La sostenibilidad continúa guiando nuestro actuar a través de la estrategia de creación de valor sostenible, donde incorporamos los pilares del negocio con los aspectos Ambientales, Sociales y de Gobernanza (ASG) con una mirada de largo plazo. De esta manera, continuamos con nuestro plan de inversiones, el que alcanzó los Ch\$222.620 millones y cuyos principales proyectos son la construcción



de la primera planta de reciclaje de botellas plásticas de Chile, una nueva planta embotelladora de envases retornables en Mendoza y una planta para elaborar cervezas en Brasil, que entrará en operación el año 2025. Por su parte, en Paraguay inauguramos Circular Pet -una planta de la cual tenemos el 33,33% de la propiedad- y que nos permite reciclar envases PET y transformarlos en resina reciclada de grado alimenticio para elaborar nuevas botellas.

En este sentido, la retornabilidad, la recolección, el reciclaje y la reducción son aspectos claves en Coca-Cola Andina para seguir avanzando en el cuidado del medio ambiente. El año 2023 alcanzamos porcentajes de retornabilidad de bebidas gaseosas de 41,4% en Argentina, 22,2% en Brasil, 41,1% en Chile Y 40,0% en Paraguay, siendo uno de los embotelladores líderes del sistema a nivel mundial.

En el ámbito social, y buscando generar valor compartido con las comunidades que nos acogen, hemos implementado proyectos de gestión de agua, a través de la creación de glaciares artificiales junto a Nilus en Chile y la conservación de bosques y acuíferos en Paraguay; en retornabilidad y reciclaje mediante alianzas con municipios en Argentina, programas de educación en Brasil y puntos

limpios en Chile y Paraguay; e iniciativas que fomentan el empleo y el desarrollo de la economía local, al fortalecer los almacenes del canal tradicional, como lo es "Mi Almacén Mi Comunidad" en Chile y "Estemos Abiertos 2.0" en Paraguay, y también el emprendimiento, con "Desafío 100+ Labs" junto a ABInbev, entre otras iniciativas.

Estamos muy orgullosos porque nuevamente fuimos reconocidos en los prestigiosos índices Dow Jones Sustainability Index MILA Pacific Alliance y Dow Jones Sustainability Index Chile, siendo la empresa chilena mejor rankeada de nuestro rubro y ocupando el cuarto lugar a nivel global en nuestra industria. Este resultado refleja nuestro permanente compromiso y trabajo con la sostenibilidad y nos impulsa a seguir innovando para contribuir al bienestar de las comunidades donde operamos.

En relación al proceso de transformación digital que estamos implementando, la plataforma para clientes B2B, que opera bajo una única arquitectura tecnológica en Argentina, Brasil, Chile y Paraguay, representó el 18% del ingreso neto del Canal Tradicional, mientras que el 38% del ingreso neto de la compañía -al nivel de todos los canales- se realizó a través de medios digitales durante Diciembre del 2023.

Asimismo, las plataformas B2C, a través de las cuales ofrecemos el portafolio completo de Coca-Cola Andina y que permiten recibir los productos en los hogares de los consumidores, han experimentado un crecimiento sostenido en todas nuestras operaciones, manteniendo altos indicadores de satisfacción. Adicionalmente, hemos impulsado la eficiencia y productividad mediante la implementación de cerca de 150 bots, los que nos han permitido automatizar diversas operaciones en las áreas de BackOffice, Supply Chain y Comercial.

En todos estos avances y logros han jugado un rol clave el trabajo, compromiso, talento y experiencia de un gran equipo humano y de nuestro socio The Coca-Cola Company, junto a quienes hacemos posible nuestro propósito y contribuimos día a día en la construcción de una compañía total de bebidas, resiliente, ágil y eficiente, pero sobre todo, comprometida con el cuidado del medio ambiente y con el desarrollo económico y social de los países donde opera.

**Juan Claro G.**  
Presidente del Directorio



**IDENTIFICACIÓN DE LA SOCIEDAD:**

GRI 2-1

**EMBOTELLADORA ANDINA S.A.**

Sociedad Anónima Abierta

RUT: 91.144.000-8

Domicilio Legal: Av. Miraflores 9153, Renca, Santiago.

[www.koandina.com](http://www.koandina.com)**CONTACTO PARA TEMAS RELACIONADOS  
CON LA MEMORIA INTEGRADA:**

GRI 2-3

[andina.ir@koandina.com](mailto:andina.ir@koandina.com)

Av. Miraflores 9153, Renca, Santiago.

Teléfono: (56-2) 2338 0520

**PAÍSES DONDE OPERA**

GRI 2-1

**Argentina** Ruta Nacional 19, Km 3,7,  
Córdoba.**Brasil** Rua André Rocha 2299, Taquara,  
Jacarepaguá, Rio de Janeiro.**Chile** Av. Miraflores 9153,  
Renca, Santiago.**Paraguay** Acceso Sur, Ruta Ñemby Km 3,5 -  
Barcequillo -San Lorenzo, Asunción.**AUDITORES EXTERNOS**

Proveedores externos con total independencia

GRI 2-5

**Estados Financieros auditados por:**

PricewaterhouseCoopers Consultores, Auditores Spa.

RUT 81.513.400-1

**Indicadores GRI – SASB, Materialidad y Huella de  
Carbono verificada por:**

EY Servicios Profesionales de Auditoría y Asesoría Ltda.

RUT 77.802.430-6

**ACERCA DE ESTA MEMORIA ANUAL INTEGRADA****ALCANCE Y ESTÁNDARES**

GRI 2-2, 2-14 | CMF 2.1

La presente Memoria Anual Integrada se realizó de acuerdo a lo establecido en la Norma de Carácter General N° 30 de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), en conformidad a los Estándares del Global Reporting Initiative (GRI) 2021 e incorporando los estándares específicos del Sustainability Accounting Standards Board (SASB) del sector de alimentos y bebidas y bebidas sin alcohol (FB-NB), de acuerdo con la clasificación de industria de la Sustainable Industry Classification System (SICS) y lo señalado en el Task Force on Climate-related Financial Disclosure (TCFD).

La información financiera considerada en este reporte incluye a Embotelladora Andina S.A. y sus filiales, y la de sostenibilidad, a Embotelladora Andina S.A. y sus principales filiales (Coca-Cola Andina Argentina, Coca-Cola Andina Brasil, Coca-Cola Andina Chile y Paresa) tal como se detalla en la Nota 2.2 de los Estados Financieros.

No existen cambios en el enfoque del estándar GRI utilizado en el levantamiento de los diferentes temas materiales para las entidades incluidas en esta memoria.

Para la elaboración de esta Memoria Anual Integrada formamos un equipo compuesto por personas de múltiples áreas de nuestra compañía. Adicionalmente, fue revisada y aprobada por el Directorio de la Compañía.

**CICLO DE REPRESENTACIÓN**

GRI 2-3

Esta Memoria Anual Integrada y sus informes financieros, que se publican anualmente, corresponden al ejercicio comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2023. Este documento fue publicado el 28 de marzo de 2024 en el sitio web de la Compañía, quedando a disposición de todos los grupos de interés y público general, al menos 15 días corridos antes de la Junta Ordinaria de Accionistas, como lo exige la normativa.

Como parte del compromiso de reducir el consumo de papel, esta Memoria Anual Integrada se presenta únicamente en versión digital y está disponible en la página web de la Compañía.



# PRINCIPALES CIFRAS 2023

SASB FB-NB-000.B



**272.504**  
Total clientes

**57,4 millones**  
Potenciales consumidores

**2.861.800 Km<sup>2</sup>**  
de franquicia



**Ch\$2.618.437 millones**

Total de ventas

**882,6 millones**  
de cajas unitarias vendidas

**4**  
Países

**10**  
Plantas embotelladoras principales filiales

**5**  
Plantas filiales



**95**  
Centros de distribución



**8.630**  
Proveedores



económicas

**Ch\$470.108 millones**  
EBITDA ajustado consolidado

**Ch\$171.441 millones**  
Utilidad atribuible a los propietarios de la controladora

**18,0%**  
Margen EBITDA ajustado consolidado

**Ch\$1.862.707 millones**  
Capitalización de mercado al 31 de diciembre del 2023

# PRINCIPALES CIFRAS 2023



**16.628**

Colaboradores totales



**22.655**  
Colaboradores cubiertos por PSBC\*  
(propios + terceros)

**3,98**  
Promedio del nivel de compromiso de colaboradores  
(ENPS\*\*, puntaje en base a una escala de 1 a 5)

**42,9%**  
Puestos de trabajo cubiertos por reclutamiento interno

**2.798**  
Nuevas contrataciones 2023

sociales

**US\$2.320.553**  
Invertidos en comunidad

**1.034.534**  
Beneficiarios en la comunidad



\*PSBC: Programa de Seguridad Basado en el Comportamiento./ \*\*ENPS: Employee Net Promoter Score.

# PRINCIPALES CIFRAS 2023

ambientales

## 33,8%

de volumen de venta en envases retornables sobre total SSD

## 27,5%

de volumen de venta en envases retornables sobre total NARTD

### 18,4%

Porcentaje de uso de resina reciclada



### 29,5%

Porcentaje de recuperación postconsumo



## 1,72

Ratio de uso de agua

➤ 1,24 millones de m<sup>3</sup>  
De agua reutilizada

➤ 38,6%  
De uso de energía renovable

➤ 242,3 gCO<sub>2</sub>e por litro producido  
Ratio de emisiones huella de carbono





**1**  
Llegar  
juntos a  
todos los  
rincones



# SOMOS ANDINA: NUESTRO PROPÓSITO, ALCANCE Y OPERACIONES

GRI 2-1, 2-6 | CMF 6.1.1, 6.2.1

**NUESTRA MISIÓN**  
CMF 2.1

Agregar valor creciendo en forma sostenible, refrescando a nuestros consumidores y compartiendo momentos de optimismo con nuestros clientes.

**NUESTRA VISIÓN**  
CMF 2.1

Liderar el mercado de bebidas siendo reconocidos por nuestra gestión de excelencia, personas y cultura acogedora.

**NUESTRO PROPÓSITO**  
CMF 2.1

**LLEGAR JUNTOS  
A TODOS LOS  
RINCONES  
PARA REFRESCAR  
MOMENTOS  
Y ABRIR  
OPORTUNIDADES.**



Embotelladora Andina S.A. (en adelante "Coca-Cola Andina", "Andina", la "Compañía" o la "Sociedad") se ha convertido en uno de los mayores franquiciados de The Coca-Cola Company ("TCCC") en América Latina, cuya propuesta de valor es convertirse en una Compañía Total de Bebidas, utilizando sus recursos de forma eficiente y sostenible para incrementar el retorno para sus accionistas y todos sus grupos de interés.

Su actividad principal es producir, embotellar, comercializar y distribuir los productos bajo las marcas registradas por The Coca-Cola Company, así como comercializar y distribuir algunas marcas de otras empresas como Monster Energy Drinks, Cervecería AB InBev, Diageo, Cooperativa Capel, y Viña Santa Rita S.A., entre otros.

La Compañía -controlada en partes iguales por las familias Chadwick Claro, Garcés Silva, Said Handal y Said Somaviamantiene operaciones y tiene licencia para producir, comercializar y distribuir productos de TCCC en ciertos territorios de Argentina (a través de Embotelladora del Atlántico S.A., en adelante "EDASA" o "Coca-Cola Andina Argentina"), Brasil (a través de Rio de Janeiro Refrescos Ltda., en adelante "Coca-Cola Andina Brasil"), Chile (a través de Embotelladora Andina S.A., en adelante "Coca-Cola Andina Chile") y en todo el territorio de Paraguay (a través de Paraguay Refrescos S.A., en adelante "Paresa").

### CONTEXTO GEOPOLÍTICO DE LOS PAÍSES Y LOS MERCADOS

Los cambios y la gran velocidad que estos adoptan desafían a las empresas de todo el mundo a ser flexibles para enfrentar con éxito las transformaciones de un futuro que se vuelve cada vez más incierto. Y Coca-Cola Andina no es la excepción. Con operaciones en Argentina, Brasil, Chile y Paraguay es imprescindible, primero, saber leer las problemáticas que van surgiendo, para luego adoptar estrategias que le permitan adaptarse al contexto económico, político, social y medioambiental que rige en cada país. Solo de esa manera se puede responder adecuadamente a las distintas situaciones y demandas que van surgiendo en los mercados donde está presente.





# NUESTRA HISTORIA

CMF 2.2



**1946**

Nace Embotelladora Andina con licencia para producir y distribuir productos de The Coca-Cola Company en Chile.

**1955**

Andina comienza a cotizar en la Bolsa de Comercio de Santiago.

**1985**

Las familias Garcés Silva, Said Handal, Said Somavía y Hurtado Berger adquieren el control

**1994**

Andina comienza a cotizar en la Bolsa de Valores de New York. Adquiere la embotelladora Rio de Janeiro Refrescos en Brasil.

**1995-1996**

Adquisición en Argentina del embotellador de Coca-Cola en Rosario, Mendoza y Córdoba, y de empaque y envasado en Buenos Aires.  
The Coca-Cola Company adquiere el 11% de la propiedad de Andina.

**2000**

Adquisición en Brasil del embotellador Coca-Cola Niteroi, Victoria y Governador Valadares (NVG).



**2016**

Se crea el Joint Venture Coca-Cola del Valle New Ventures S.A. junto con Coca-Cola de Chile S.A. y Coca-Cola Embonor S.A., para la producción y distribución de bebidas no carbonatadas.  
Coca-Cola Andina ingresa al Índice de Sustentabilidad de la Bolsa de Comercio de Santiago (Dow Jones Sustainability Chile Index).

**2015**

**Publicación de la Política Corporativa de Sustentabilidad de Coca-Cola Andina.**

**2013**

Andina adquiere Companhia de Bebidas Ipiranga, un embotellador de Coca-Cola en Brasil

**2012**

Fusión con Coca-Cola Polar, incorporando territorios en Argentina, Chile y Paraguay.  
Adquisición del 40% de Sorocaba Refrescos en Brasil.  
La familia Chadwick Claro se incorpora al Grupo Controlador de la Compañía, formado también por las familias Hurtado Berger, Said Handal, Said Somavía y Garcés Silva.

**2011**

Comienza a operar la planta ubicada en la comuna de Renca en Chile.

**2007-2008**

Andina incorpora Benedictino a su portafolio de aguas.  
Joint Venture con el Sistema Coca-Cola para el negocio de aguas y jugos en Brasil.  
**Se incorporan los pilares de sustentabilidad a la Estrategia de Negocios.**  
**Publicación del Primer Reporte de Sostenibilidad.**



**2017**

**Publicación de la Política Corporativa de Derechos Humanos y la Política Corporativa de No Discriminación y Acoso, Respeto por la Persona, Diversidad e Inclusión.**

**2018**

Adquisición de Guallaraucó en conjunto con el Sistema Coca-Cola Chile.  
Nuevo acuerdo con Diageo para distribuir bebidas alcohólicas en Chile.  
Comienza a operar la nueva planta de Duque de Caxias en Brasil.  
Coca-Cola Andina adhiere voluntariamente a la Red Pacto Global de la ONU.

**2019**

Nuevo acuerdo para distribuir Pisco Capel en Chile.

**2020**

Nuevo acuerdo para vender, comercializar y distribuir las principales marcas de AB InBev Chile en determinadas regiones de Chile.

La familia Hurtado Berger deja de ser parte del Grupo Controlador.

**2021**

Nuevo acuerdo para distribuir los productos de Viña Santa Rita en Chile y para distribuir cervezas de Estrella Galicia en Brasil.  
**Publicación de la Política Corporativa de Diversidad en el Directorio.**

**2022**

Se devela el propósito de Coca-Cola Andina.  
Adquisición junto a Femsa de la marca de cervezas Therezópolis en Brasil.  
**Publicación de la Política Corporativa de Gestión Medioambiental.**

**2023**

**Coca-Cola Andina emite Bono en Suiza.**  
**Se inaugura la planta Circular PET en Paraguay.**





# CADENA DE VALOR SOSTENIBLE

GRI 2-6 | CMF 6.2.II

La larga y consistente trayectoria de la Compañía evidencia cómo hemos avanzado para estar presente en los territorios refrescando momentos y abriendo oportunidades. Esto se ha hecho incorporando una visión sostenible del negocio, inserta en la estrategia de la Compañía, la que ha guiado el actuar de Coca-Cola Andina hasta hoy.

### The Coca-Cola Company

Es el principal socio estratégico con el que la Compañía trabaja para crear un futuro más sostenible para las personas, comunidades vecinas y el planeta.

### Proveedores de materias primas y servicios

Son parte fundamental de la cadena de valor y juegan un rol clave para el éxito de los productos que que elabora y comercializa la Compañía, a través del aprovisionamiento de materias primas (azúcar, gas carbónico, concentrado, preformas y tapas, entre otros) y servicios (agua, energía, mantenimiento, etc.).

### Producción y Embotellado

A través de tecnología de punta y altos estándares de calidad y seguridad, la Compañía elabora productos en envases retornables y reciclables de un solo uso (plástico y vidrio), así como latas y envases tetra.

### Colaboradores

Las personas que integran los equipos son esenciales, ya que aportan con su talento, conocimientos y experiencia en cada uno de los procesos involucrados en la cadena de valor.

## CADENA DE VALOR SOSTENIBLE

### Recicladores

Los recicladores permiten devolver a la cadena de producción los envases y, con ello, aportar al desarrollo de una economía circular.

### Consumidores

Se llega al consumidor final en forma indirecta a través de los clientes y de forma directa a través de plataformas digitales.

### Clientes

Los clientes están al centro de todo lo que hacemos, pues le permiten a la Compañía llegar a cada uno de los consumidores, ya sea a través de los formatos "On premise" (pubs, restaurantes y discotecas, entre otros) y "Off premise" (almacenes, botillerías, kioscos, autoservicios, supermercado, mayoristas, etc.).

### Distribución

Este proceso incluye la logística y distribución de los productos a clientes y centros de distribución, a través de camiones de terceros y propios.

# PROCESO DE MATERIALIDAD

GRI 3-1 | CMF 3.7.11

Este proceso -que implica una revisión exhaustiva de la gestión y desempeño respecto de los temas materiales- es fundamental para Coca-Cola Andina, pues le permite identificar los principales impactos en materia Ambiental, Social y de Gobernanza (ASG), así como relevar los aspectos prioritarios y las expectativas de sus diversos grupos de interés. Esto hace posible contar con información relevante para la toma de decisión y para definir nuevas inversiones, objetivos y reorientar o focalizar aspectos operacionales, entre otras variables.

En esta línea, para la definición de los temas materiales, se consideraron, los intereses y expectativas de los grupos de interés (internos y externos a la organización), los temas relevantes en materia de sustentabilidad para el sector y la industria, los temas relevantes para sus principales ejecutivos, los impactos económicos, ambientales y/o sociales extraídos de los análisis anteriores, así como también los valores, políticas, estrategias, objetivos y propósitos fundamentales de la Organización.



**TEMAS MATERIALES**

GRI 3-2



**LIDERAZGO SOSTENIBLE**

La Compañía trabaja para potenciar el liderazgo de mercado y la gestión sostenible, incluyendo una mirada ASG en todos los procesos, cumpliendo con la regulación y adaptándose a las realidades de los distintos países donde opera, así como en la búsqueda constante de mayor eficiencia y productividad, con foco en la transformación digital e innovación.

Tema Material	Priorización	
	Negocio	Grupos de interés
Liderazgo de mercado, crecimiento y control de costos	A	M
Contexto geopolítico de los países y los mercados	A	B
Cumplimiento regulatorio y ética empresarial	B	A
Estrategia sostenible y la mirada ESG en el negocio	M	M
Transformación digital e innovación	A	M



**CONCIENCIA HÍDRICA**

Procura reducir el consumo de agua y proteger las fuentes locales para las generaciones futuras. Trabaja en cuatro ejes estratégicos: reducir, reutilizar, reciclar y reponer.

Tema Material	Priorización	
	Negocio	Grupos de interés
Gestión de agua y escasez hídrica	M	A



**MIRADA CIRCULAR**

Está comprometida con gestionar los residuos, reduciendo el impacto que generan los empaques en el medioambiente, a través de la retornabilidad, la recolección, el reciclaje y la reducción.

Tema Material	Priorización	
	Negocio	Grupos de interés
Retornabilidad, economía circular (Plástico/PET, Resina) y packaging	M	A
Gestión de residuos y uso responsable de recursos	M	A



**GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO**

Promueve políticas orientadas al desarrollo, que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el cumplimiento, el emprendimiento, la creatividad y la innovación. Además, fomenta la formalización y el crecimiento de micro, pequeñas y medianas empresas.

Tema Material	Priorización	
	Negocio	Grupos de interés
Abastecimiento responsable (gestión cadena suministro)	B	M



**EQUIPO DIVERSO, SEGURO Y COMPROMETIDO**

Coca-Cola Andina busca generar el mejor lugar de trabajo para sus colaboradores. Lo hace convencida de que generar espacios de respeto, diversos, inclusivos y seguros, donde las personas se sientan valoradas y felices, redundará en el cumplimiento de las metas, el crecimiento económico compartido y el éxito de la organización.

Tema Material	Priorización	
	Negocio	Grupos de interés
Gestión de agua y escasez hídrica	M	A



**ACCIÓN POR EL CLIMA**

Realiza acciones para disminuir las emisiones de GEI y gestionar la huella de carbono en toda la cadena de valor. Trabaja activamente para reducir el consumo de energía e incrementar el porcentaje de fuentes renovables en todas las operaciones.

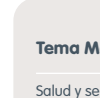
Tema Material	Priorización	
	Negocio	Grupos de interés
Cambio climático y emisiones	M	A
Promoción de la transición energética y uso de energías renovables	B	A



**CERCANÍA CON NUESTROS CLIENTES**

La cercanía con los clientes permite lograr su desarrollo constante y alcanzar los más altos niveles de servicio. Mide y gestiona las variables que impactan en su satisfacción, atiende sus preocupaciones y requerimientos, y realiza innovaciones, especialmente, en materia de digitalización.

Tema Material	Priorización	
	Negocio	Grupos de interés
Relación y satisfacción de clientes	M	M



**Tema Material**

Tema Material	Priorización	
	Negocio	Grupos de interés
Salud y seguridad de colaboradores	M	B
Atracción, retención y desarrollo de talentos	M	M
Promoción de la diversidad, equidad de género e inclusión	M	A
Bienestar, beneficios y clima laboral	A	M
Relaciones laborales y con sindicatos	M	B



**PORTAFOLIO, CALIDAD Y NUTRICIÓN**

Trabaja permanentemente para ampliar el portafolio y ofrecer a los consumidores una amplia variedad de bebidas de excelente sabor, incluyendo más opciones sin azúcar o con bajo contenido de azúcar, y realizando reformulaciones de los productos.

Tema Material	Priorización	
	Negocio	Grupos de interés
Salud y seguridad de los productos	B	B
Amplitud de portafolio y estrategia de valor	A	B
Nutrición y estilos de vida saludables	M	B



**CONEXIÓN CON LAS COMUNIDADES**

Coca-Cola Andina está comprometida con el desarrollo social y económico de las comunidades donde opera, generando valor compartido, relaciones éticas y transparentes, y, sobre todo, impactando positivamente la calidad de vida de las personas.

Tema Material	Priorización	
	Negocio	Grupos de interés
Desarrollo económico, empleo y emprendimientos locales	M	B
Relación con las comunidades, donaciones y alianzas público-privadas	M	B

Temas materiales nuevos 2023

- A Alto
- M Medio
- B Bajo

# ESTRATEGIA DE CREACIÓN DE VALOR SOSTENIBLE

GRI 2-25 | CMF 3.1.II, 3.1.IV, 4.2

Para cumplir con el propósito e integrar los desafíos planteados por los diversos grupos de interés presentados en la matriz de materialidad expuesta, se ha desarrollado una estrategia 2030 que se estructura a través de cinco pilares, donde se integra el crecimiento y la sostenibilidad del negocio.



## APORTE A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

CMF 4.2

UN PLANETA MÁS SOSTENIBLE ES UN COMPROMISO QUE COCA-COLA ANDINA HA MANTENIDO EN EL TIEMPO E INCORPORADO TRANSVERSALMENTE EN SU ESTRATEGIA DE CREACIÓN DE VALOR SOSTENIBLE.

LA COMPAÑÍA HA FORMALIZADO METAS, OBJETIVOS E INDICADORES CON VALORES ESPERADOS A MEDIANO Y LARGO PLAZO, DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) QUE COMPONEN LA AGENDA 2030 DE NACIONES UNIDAS.

## PILARES, OBJETIVOS Y FOCOS ESTRATÉGICOS



### LIDERAZGO DEL MERCADO & AMPLITUD DE PORTAFOLIO, CANALES Y GEOGRAFÍAS

Coca-Cola Andina trabaja para convertirse en una Compañía Total de Bebidas, a través de un amplio portafolio de productos -donde se combina el crecimiento del negocio principal junto a The Coca-Cola Company con el desarrollo de nuevas categorías- los que se distribuyen por diversos canales para llegar de forma oportuna y eficiente a clientes y consumidores.



### EXCELENCIA DEL GOBIERNO CORPORATIVO

La Compañía cuenta con un equipo directivo de excelencia que opera de acuerdo con los más altos estándares de Gobierno Corporativo, para asegurar que el sistema de gestión cree valor para todos sus grupos de interés, de forma ética, responsable y sostenible.



### EFICIENCIA Y PRODUCTIVIDAD EN LA CADENA DE VALOR

La Compañía trabaja para potenciar la red de producción, venta y distribución, con foco en el manejo sostenible de los recursos e implementando un proceso de transformación digital que le permita capturar eficiencia y productividad. La gestión de los recursos naturales es esencial para lograr los objetivos propuestos y cuidar el medioambiente, donde pone especial foco en la gestión del agua, energía, fomento de la retornabilidad y reciclaje y medición de la Huella de Carbono, entre otros aspectos.



### AGILIDAD, FLEXIBILIDAD Y COMPROMISO

La resiliencia del equipo es el reflejo de la capacidad y flexibilidad de cada uno de sus integrantes, a quienes se busca cuidar permanentemente a través una mirada integral y diversa, con el objetivo de generar las mejores condiciones para que puedan desplegar su talento, potenciar sus conocimientos y aplicar su experiencia. Asimismo, la Compañía se compromete con el desarrollo económico y ambiental de las comunidades que la acogen, con iniciativas de valor compartido y relaciones éticas y transparentes con los diferentes grupos de interés.





GRI 3-3

Tema Material	Pilares Estratégicos	Grupos de Interés	ODS	Compromiso 2030
Liderazgo de mercado, crecimiento y control de costos			8.1	Crecimiento sostenido del EBITDA ajustado consolidado
Contexto geopolítico de los países y los mercados			8.1	
Cumplimiento regulatorio y ética empresarial			16.5	
Estrategia sostenible y la mirada ESG en el negocio			17.19	
Transformación digital e innovación			9.4	

**Ch\$470.108 millones**  
EBITDA ajustado consolidado.

Liderazgo sostenible

Retornabilidad, economía circular (Plástico/PET, Resina) y packaging			12.4
Gestión de residuos y uso responsable de recursos			12.5

42,8% de volumen de ventas en el segmento de retornables sobre total NARTD **27,5%**

**Meta World Without Waste**

100% de reciclabilidad de nuestros empaques **100%**  
 100% de recupero de botellas vendidas. **29,5%**  
 50% de resina reciclada para producir nuestras botellas. **18,4%**

Mirada circular

Gestión de agua y escasez hídrica			6.4
-----------------------------------	--	--	-----

1,27 litros de agua consumidos por litro de bebida producida. **1,72 litros**

Conciencia hídrica

Cambio climático y emisiones			13.2
Promoción de la transición energética y uso de energías renovables			7.2

0,255 Mega Joules de energía consumida por litro de bebida producida. **0,317 Mega Joules**  
 de la energía consumida de origen renovable. **38,6%**

Acción por el clima

PILARES ESTRATÉGICOS:

- Liderazgo del mercado
- Amplitud de portafolio, canales y geografías
- Excelencia del Gobierno Corporativo
- Eficiencia y productividad en la cadena de valor
- Agilidad, flexibilidad y compromiso.

GRUPOS DE INTERÉS:

- The Coca-Cola Company
- Consumidores
- Clientes
- Comunidades
- Colaboradores
- Reguladores
- ONG's
- Inversionistas
- Proveedores
- Medios de Comunicación



Tema Material	Pilares Estratégicos	Grupos de Interés	ODS	Compromiso 2030	Avance 2023	
Equipo diverso, seguro y comprometido	Salud y seguridad de colaboradores		8.8	26,6%	de participación de mujeres dentro de la Compañía.	16,9%
	Promoción de la diversidad, equidad de género e inclusión		10.2			
	Atracción, retención y desarrollo de talentos		8.3			
	Bienestar, beneficios y clima laboral		8.8			
	Relaciones laborales y con sindicatos		16.7			
Portafolio, calidad y nutrición	Amplitud de portafolio y estrategia de valor		TBD	40,75	kilocalorías vendidos cada 200ml.	48,83
	Nutrición y estilos de vida saludables		2.1			
	Salud y seguridad de los productos		2.1			
Gestión de la cadena de suministro	Abastecimiento responsable (gestión cadena suministro)		8.7	Contribuir a la consolidación de cadenas de suministro sostenibles	255	proveedores críticos evaluados ASG
Cercanía con nuestros clientes	Relación y satisfacción de clientes		17.10	Mantener la cercanía, impulsar la digitalización y aumentar su satisfacción.		
Conexión con las comunidades	Desarrollo económico, empleo y emprendimientos locales		8.A	Contribuir al progreso de las economías locales donde operamos.	US\$2.320.553	Inversión en comunidad
	Relación con las comunidades, donaciones y alianzas público-privadas		17.16		1.034.534	Beneficiarios en la comunidad

PILARES ESTRATÉGICOS: Liderazgo del mercado Amplitud de portafolio, canales y geografías Excelencia del Gobierno Corporativo Eficiencia y productividad en la cadena de valor Agilidad, flexibilidad y compromiso.

GRUPOS DE INTERÉS: The Coca-Cola Company Consumidores Clientes Comunidades Colaboradores Reguladores ONG's Inversionistas Proveedores Medios de Comunicación

# PLAN DE INVERSIONES

CMF 4.3



**Ch\$222.620 millones**  
Consolidado 2023

## PLAN DE INVERSIÓN 2023

 <b>Embotelladora del Atlántico S.A.</b> <b>Ch\$42.458 millones</b>	 <b>Rio de Janeiro Refrescos Ltda.</b> <b>Ch\$54.082 millones</b>	 <b>Embotelladora Andina S.A.</b> <b>Ch\$79.503 millones</b>	<b>Envases Central S.A.</b> <b>Ch\$3.075 millones</b>
<b>Andina Empaques Argentina S.A.</b> <b>Ch\$2.271 millones</b>	 <b>Paraguay Refrescos S.A.</b> <b>Ch\$16.495 millones</b>	<b>Vital Jugos S.A.</b> <b>Ch\$2.975 millones</b>	<b>Re-ciclar S.A.</b> <b>Ch\$20.410 millones</b>
		<b>Vital Aguas S.A.</b> <b>Ch\$1.351 millones</b>	

## PLAN DE INVERSIÓN 2024

**PENSANDO EN LOS DESAFÍOS FUTUROS, LA COMPAÑÍA HA PRESUPUESTADO CH\$213.420 MILLONES, LOS QUE SERÁN DESTINADOS PRINCIPALMENTE A:**

**17,5%**

del total de la inversión

**Ch\$37.343 millones**  
Botellas y envases retornables optimizando el uso de botellas multipropósito.

**49,8%**

del total de la inversión

**Ch\$106.276 millones**  
Mantenimiento, ampliación de capacidad productiva y cumplimiento de normativas

**19,4%**

del total de la inversión

**Ch\$41.416 millones**  
Equipos de frío con ahorro por eficiencia energética, generando un mejor servicio al cliente

**13,3%**

del total de la inversión

**Ch\$28.384 millones**  
Otras inversiones





Detalle de inversiones para mantener y ampliar la capacidad productiva



	País	Monto a invertir 2024 (Ch\$ millones)
Maquinaria e infraestructura en la planta de Duque de Caxias y subestación eléctrica, para la producción de cervezas.	Brasil	48.611
Maquinaria e infraestructura en la región de Cuyo, para ampliar la capacidad de bebidas retornables.	Argentina	7.405
Mejorar la capacidad logística, específicamente en zona centro y norte.	Chile	8.600
Cumplimiento de la normativa de tratamiento de aguas industriales en Chile, a través de la construcción de una nueva planta de tratamiento de efluentes y en Argentina, con la ampliación de la planta existente.	Chile y Argentina	6.676
Mejorar la eficiencia del uso de agua.	Chile	2.580

Detalle de "Otras Inversiones"

Renovación de la flota de camiones en Chile y montacargas en Brasil.	Brasil y Chile	8.324
Mejoras de tecnologías, procesos y plataformas digitales, incorporación de soluciones de B2B, B2C, inteligencia artificial, data analytics y machine learning.	Todos los países	6.129

## POLÍTICA DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

CMF 4.3



Dentro de las facultades otorgadas por la Junta de Accionistas, el Directorio define las políticas de financiamiento e inversión. Los estatutos no definen una estructura de financiamiento determinada ni las inversiones que puede realizar la Compañía. Por otro lado, en virtud de lo establecido en la actual estructura de poderes de la Sociedad, la realización de cierto tipo de inversiones y la contratación de determinados financiamientos requiere del acuerdo previo del Directorio.



# GRUPOS DE INTERÉS

GRI 2-29 | CMF 3.7.1, 6.1.V, 6.3

La relación de confianza que Coca-Cola Andina mantiene con sus grupos de interés se funda en la comunicación permanente y la entrega de información clara, transparente y oportuna, lo que hace a través de la Gerencia de Relación con Inversionistas y de Comunicaciones Externas y Vinculación con el Medio.

## CANALES DE COMUNICACIÓN GENERALES

Con el objetivo de divulgar y comunicar periódicamente los temas relevantes de Coca-Cola Andina, así como mantener un contacto permanente y oportuno con todos sus grupos de interés, la Compañía cuenta con diversos canales de comunicación, tales como: Memoria Integrada, sitio web corporativo, redes sociales y publicaciones en prensa, entre otros.



### INVERSIONISTAS\*

Corresponden a los actuales y potenciales inversionistas, tanto en acciones como en instrumentos de deuda, y analistas financieros.



### COLABORADORES

Son todas las personas que integran directamente el equipo de Coca-Cola Andina.



### CONSUMIDORES

Son todas las personas que consumen los productos de la Compañía.



### CLIENTES

Son quienes venden los productos a los consumidores y son categorizados como: "On premise" (consumo en el recinto, pubs, restaurantes, discotecas, entre otros) y "Off premise" (almacenes, botillerías, kioscos, autoservicios, supermercados, mayoristas, entre otros).



### THE COCA-COLA COMPANY

Es el principal socio estratégico y quien otorga la licencia para producir y distribuir productos de sus marcas en parte de los territorios de Argentina, Brasil, Chile y en todo Paraguay.

Cómo nos comprometemos

A través de la integración de la sostenibilidad en la estrategia de la Compañía, lo que permite ofrecer un modelo de negocio de largo plazo y así poder marcar la diferencia en la vida de las personas.

La Compañía está comprometida con que cada uno de sus colaboradores pueda desarrollar una carrera que posibilite potenciar sus habilidades y talentos, de tal forma de identificar y resolver juntos los retos que enfrenta Coca-Cola Andina.

A través de un amplio portafolio de productos que busca satisfacer las preferencias de cada momento del día, bajo un compromiso de gestión sostenible.

Se preocupa de medir la satisfacción de sus clientes y de gestionar las variables que les afectan.

Trabajando juntos para crear un futuro más sostenible, que permita marcar la diferencia en la vida de las personas en el planeta, a través del uso de envases retornables.

Principales canales de comunicación

- ▶ Documento 20-F.
- ▶ Memoria Integrada
- ▶ Junta Ordinaria de Accionistas (JOA).
- ▶ Sustainability reporting frameworks (SASB, GRI, IIRC, TCFD).
- ▶ Estados Financieros.

- ▶ Reuniones permanentes.
- ▶ Intranet corporativa, Emailing y newsletter.
- ▶ Bulletin boards y afiches físicos.
- ▶ Encuestas de clima y satisfacción laboral.

- ▶ Canales digitales.
- ▶ Encuestas y cuestionarios.
- ▶ Línea de atención telefónica y centros de llamadas.
- ▶ Eventos y campañas de marketing.

- ▶ Reuniones permanentes.
- ▶ Canales digitales y aplicaciones.
- ▶ Capacitaciones.
- ▶ Centros de servicios y desarrollo de clientes, call centers.
- ▶ Encuestas y análisis de satisfacción.

- ▶ Reuniones permanentes.
- ▶ Participación en diversas iniciativas con áreas específicas.
- ▶ Construcción de planes conjuntos.
- ▶ Auditorías.

\* Incluye accionistas, potenciales inversionistas y analistas financieros.



**COMUNIDADES**

Son aquellos grupos que se encuentran en el radio de influencia directa de las operaciones.



**PROVEEDORES**

A este grupo corresponden los contratistas, proveedores y socios comerciales que son parte del proceso de aprovisionamiento de materias primas y de servicios.



**REGULADORES**

En Chile, el principal regulador es la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), mientras que en Estados Unidos es la Securities and Exchange Commission (SEC).



**MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

La Compañía considera la relación y aporte de los medios de comunicación tradicionales o digitales, tanto como los de alcance local, nacional o global, para el conocimiento y divulgación de lo que es y hace.



**ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES (ONG'S)**

La Compañía valora la mirada científica y experta que aportan muchas ONG's, que aspiran a resolver los desafíos que plantea la industria.

**Cómo nos comprometemos**

Busca aportar al desarrollo económico y ambiental en sus comunidades directas. Para lograrlo, ha diseñado e implementado diversas iniciativas en torno a empleabilidad juvenil, desarrollo de almaceneros y proyectos de reciclaje, entre otras.

Integrando una gestión justa y ética con todos sus proveedores, actuando como un buen socio de grandes y pequeños proveedores para alcanzar las metas.

Se relaciona permanentemente con las autoridades, gobierno y reguladores, participando de eventos y seminarios, así como de mesas de trabajo de las diversas asociaciones gremiales en cada uno de los países.

A través de la permanente entrega de información relevante, oportuna y transparente para los diversos públicos de interés, la que busca transmitir la Estrategia de Creación de Valor Sostenible, con especial foco en la generación de valor compartido junto a las comunidades vecinas.

De manera directa y a través de información pública de la Compañía, que se encuentra disponible en sus plataformas oficiales.

**Principales canales de comunicación**

- ▶ Reuniones permanentes.
- ▶ Integración de mesas de diálogo ciudadanas.
- ▶ Proyectos de relacionamiento comunitario.

- ▶ Reuniones permanentes.
- ▶ Plataformas digitales.
- ▶ Capacitaciones.
- ▶ Licitaciones.

- ▶ Documento 20-F.
- ▶ Estados Financieros.
- ▶ Memoria Integrada.

- ▶ Medios digitales y tradicionales.
- ▶ Memoria Integrada.
- ▶ Reuniones.

- ▶ Reuniones permanentes.
- ▶ Relacionamiento y relaciones públicas.
- ▶ Resultados trimestrales.
- ▶ Memoria Integrada.

## ADHESIONES Y MEMBRESÍAS

GRI 2-28 | CMF 6.1.VI, 6.3

La Compañía participa activamente en gremios y agrupaciones empresariales, donde comparte su experiencia, permitiendo enfrentar de mejor forma los desafíos del mercado y los cambios del entorno. A continuación, se detallan las principales participaciones durante el año 2023:



Durante el 2023 se aportaron  
**US\$1.135.242**  
a asociaciones.



Gremios y  
asociaciones

			
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Asociación de Fabricantes Argentinos de Coca-Cola (AFAC).</li> <li>▶ Instituto Argentino de Responsabilidad Social y Sustentabilidad (IARSE).</li> <li>▶ Bolsa de Comercio de Córdoba.</li> <li>▶ Cámara Argentina de la Industria de Bebidas sin Alcohol.</li> <li>▶ Cámara de Comercio de Córdoba.</li> <li>▶ Cámara de Comercio de los Estados Unidos de América en la República Argentina.</li> <li>▶ Instituto Argentino de Ejecutivos de Finanzas.</li> <li>▶ Unión Comercial e Industrial de Mendoza.</li> <li>▶ Unión Industrial de Bahía Blanca.</li> <li>▶ Unión Industrial de Córdoba.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Associação Fabricantes Brasileiros de Coca-Cola (AFBCC)</li> <li>▶ Associação Recreativa e Beneficente dos Empregados da Rio de Janeiro Refrescos Ltda. (ARBERISA)</li> <li>▶ Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas Não Alcoólicas (ABIR).</li> <li>▶ Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro / Confederação das Indústrias do Rio de Janeiro (FIRJAN/ CIRJ).</li> <li>▶ Associação Comercial do Rio de Janeiro (ACRJ).</li> <li>▶ Centro das Indústrias do Estado de São Paulo Distrital Sul (CIESP).</li> <li>▶ SINDICERV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Sociedad de Fomento Fabril (SOFOPA)</li> <li>▶ Alimentos y Bebidas de Chile (AB Chile)</li> <li>▶ Asociación Gremial de Industrias Proveedoras (AGIP)</li> <li>▶ Fundación Generación Empresarial (FGE).</li> <li>▶ Bolsa de Comercio de Santiago.</li> <li>▶ Unión Social de Empresarios Católicos (USEC).</li> <li>▶ Cámara de Comercio de Santiago.</li> <li>▶ Asociación de Industriales de Antofagasta.</li> <li>▶ Confederación del Comercio Detallista y Turismo de Chile.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Cámara de Alimentos y Bebidas</li> <li>▶ PRO Desarrollo</li> <li>▶ Unión Industrial Paraguaya.</li> <li>▶ Cámara de Anunciantes del Paraguay.</li> <li>▶ Cámara de Alimentos y Bebidas.</li> <li>▶ Pro Desarrollo.</li> <li>▶ Centro de Regulación, Normas y Estudios de la Comunicación (CERNECO).</li> <li>▶ Cámara Paraguaya de Supermercados (CAPASU).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Municipios de Bahía Blanca, San Martín de Córdoba</li> <li>▶ Geocycle</li> <li>▶ Empresa de educación gastronómica Pimienta Negra</li> <li>▶ Fundación Junior Achievement</li> <li>▶ Fundación Fondo de Becas para Estudiantes (FONBEC)</li> <li>▶ Fundación Las Omas</li> <li>▶ Fundación La Rañatela</li> <li>▶ Bancos de Alimentos (Córdoba, Rosario, Mendoza, Santa Fe, Neuquén, Bahía Blanca)</li> <li>▶ Fundación Empate</li> <li>▶ Cooperativa Los Carreros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Municipios de Duque de Caxias</li> <li>▶ Instituto Coca-Cola Brasil</li> <li>▶ Colaboración Colectivo MOVER</li> <li>▶ Colectivo Reciclar</li> <li>▶ Coletivo Jovem</li> <li>▶ Instituto Moleque Mateiro de Educação Ambiental</li> <li>▶ Secretaría Municipal de Educación del Municipio de Duque de Caxias</li> <li>▶ Escuela Nova América de Duque de Caxias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Municipios de Puente Alto, San Joaquín, Renca, Coquimbo, La Reina, Las Condes, Macul, San Antonio</li> <li>▶ Fundación Tacal.</li> <li>▶ Fundación María Ayuda</li> <li>▶ Kyklos</li> <li>▶ Colectivo Rembre</li> <li>▶ Organización internacional TNC (The Nature Conservancy)</li> <li>▶ Red Pacto Global Chile</li> <li>▶ Fundación Chile Diferente</li> <li>▶ Fundación Carlos Vial Espantoso.</li> <li>▶ Fundación Libertad y Desarrollo.</li> <li>▶ Seminario Chile.</li> <li>▶ Centro de Estudios Públicos.</li> <li>▶ Fundación Reforestemos.</li> <li>▶ Red de Alimentos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Fundación Paraguaya</li> <li>▶ Asociación de Almaceneros Minoristas del Paraguay</li> <li>▶ Fundación Coca-Cola</li> <li>▶ Fundación Moisés Bertoni</li> <li>▶ Servicio Nacional de Saneamiento Ambiental (SENASA)</li> <li>▶ Comisión Nacional del Lago Ypacarí</li> <li>▶ Global Environment and Technology Foundation</li> <li>▶ Cruz Roja Paraguaya</li> <li>▶ Asociación Tierranuestra</li> <li>▶ A Todo Pulmón</li> <li>▶ Red local de Pacto Global</li> </ul>

Principales aportes 2023: Asociación de Fabricantes Argentinos de Coca Cola (Argentina): US\$147.875; Associação dos Fabricantes Brasileiros de Coca-Cola (Brasil): US\$318.007; Sociedad de Fomento Fabril (Chile): US\$56.648; Cámara Paraguaya de Supermercados (Paraguay): US\$6.648. No financiamos campañas políticas, lobby, representación de intereses o similar, ni balotajes o referendums.

# VALOR ECONÓMICO ENTREGADO A NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

GRI 201-1

Impulsados por la Estrategia de Creación de Valor Sostenible, durante 2023 Coca-Cola Andina generó valor para todas las partes interesadas, distribuyendo los recursos de la siguiente manera:







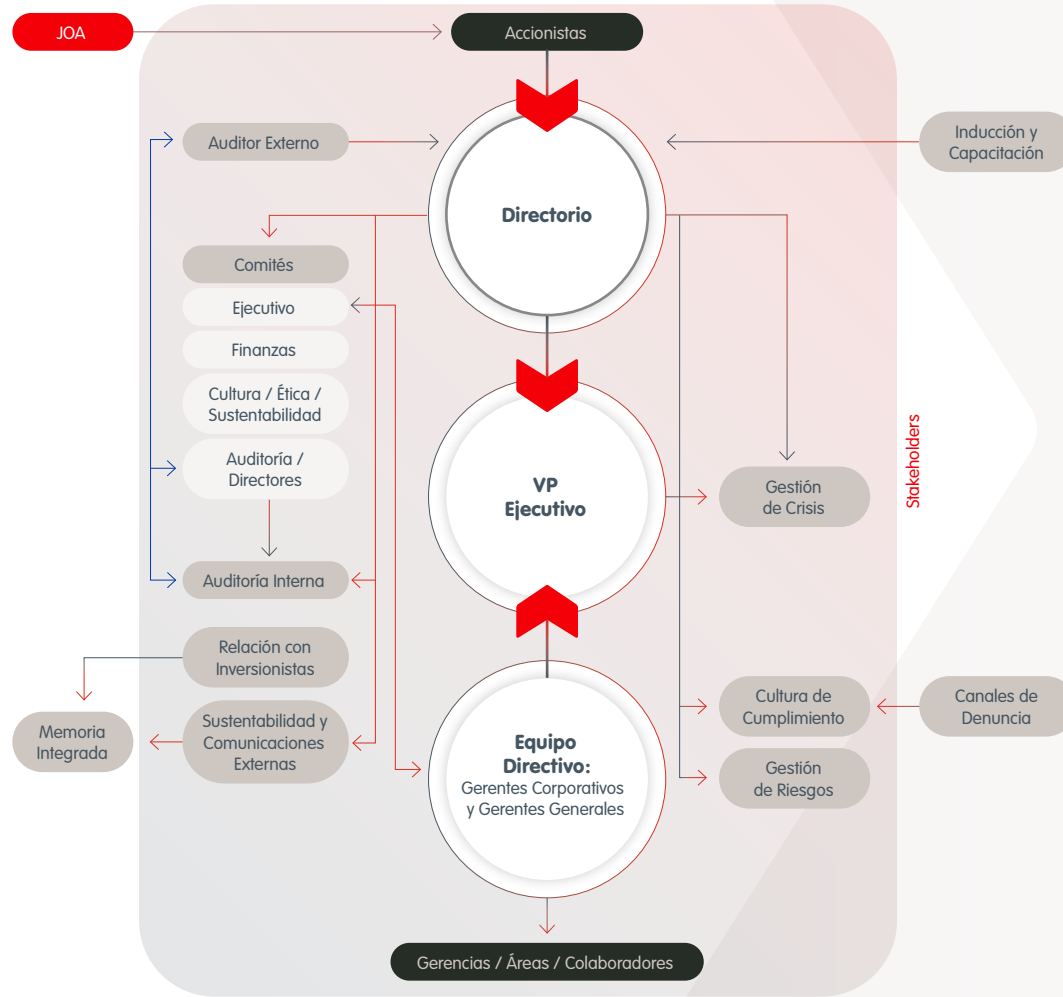
**2**  
Modelo de integridad corporativa

# MODELO DE GOBIERNO CORPORATIVO

GRI 2-12 | CMF 3.1.II, 3.1.VII

## GOBIERNO CORPORATIVO

GRI 2-9 | CMF 3.1



**CON EL OBJETIVO DE CONSTRUIR VALOR ECONÓMICO, SOCIAL Y AMBIENTAL SOSTENIBLE PARA LOS DISTINTOS GRUPOS DE INTERÉS, EL MODELO DE GOBIERNO CORPORATIVO DE COCA-COLA ANDINA BUSCA ADMINISTRAR DE MANERA EFICIENTE LAS RELACIONES ENTRE LAS DIVERSAS ÁREAS QUE GESTIONAN LA COMPAÑÍA. POR MEDIO DE ESTE MODELO SE DEFINEN E IMPLEMENTAN ESTRUCTURAS, FUNCIONES Y MECANISMOS DE GESTIÓN Y CONTROL, ADEMÁS DE PLANES ENFOCADOS EN INCORPORAR DICHAS ORIENTACIONES COMO PARTE DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL.**

En conformidad con lo señalado por la Política Corporativa de Delegación de Autoridad, y con el objetivo de llevar a cabo la gestión diaria de la Compañía, el Directorio confiere el ejercicio de la autoridad a la Administración, estableciendo además las responsabilidades respecto de las funciones y facultades de los ejecutivos de la organización.

Por su parte, la Administración, tiene la responsabilidad de velar por el diseño, difusión, seguimiento, cumplimiento, efectividad y actualización del Modelo de Gobierno Corporativo de la Compañía, incluyendo en ello el desarrollo, aprobación y actualización del propósito de la Compañía, la declaración de su Misión, Visión y Valores, y la estrategia y objetivos concordantes con el desarrollo sostenible del negocio. De esta manera, y a través de los niveles funcionales corporativos, establece los parámetros necesarios para asegurar un ambiente de ejecución y control efectivo en toda la organización, involucrándose directamente para lograr los objetivos planificados, a través de reuniones periódicas con los equipos críticos en esos procesos, así como visitas a los países y unidades donde Coca-Cola Andina tiene operaciones.

La estructura de la Compañía consta de una sociedad que opera sus franquicias en Chile y de la cual también dependen las sociedades que operan en Argentina, Brasil y Paraguay. Además, incorpora un Directorio que -en concordancia con la legislación vigente-, tiene la misión de velar por los intereses de los accionistas, protegiendo y valorizando el patrimonio de Coca-Cola Andina.

Con el fin de detectar y reducir barreras organizacionales, sociales o culturales se han definido políticas y códigos de conducta que entregan los lineamientos sobre diversidad, el respeto por las personas y el ambiente laboral. En esta línea, las principales políticas que abordan estos temas son: Política de Compensaciones, Política Corporativa de Derechos Humanos, Política Corporativa de no Discriminación y Acoso, Respeto por la Persona, la Diversidad e Inclusión, y nuestro Código de Ética y Conducta Empresarial.



## Objetivos del modelo de Gobierno Corporativo



### DELEGACIÓN DE RESPONSABILIDAD EN IMPACTOS AMBIENTALES, SOCIALES Y DE GOBERNANZA (ASG)

GRI 2-9, 2-12, 2-13 | CMF 3.1.II, 3.2.VII

Entre las líneas de acción más relevantes que incorpora el Modelo de Gobierno Corporativo está la sostenibilidad. Para ello, cuenta con un modelo de gestión que busca garantizar la creación de valor sostenible, siempre dentro de un contexto marcado por la ética, la transparencia y la responsabilidad empresarial.

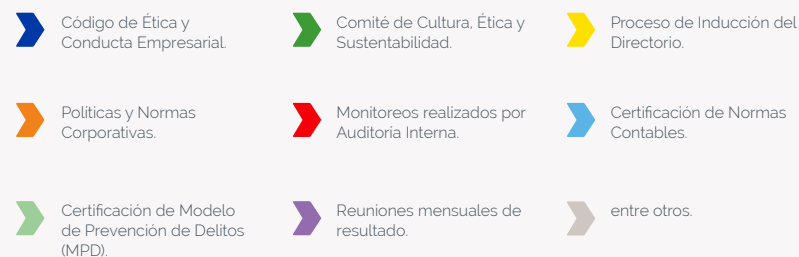
Para asegurar el correcto desempeño en esta materia, se realizan reuniones mensuales entre los Gerentes Generales, Gerentes Corporativos y Vicepresidente Ejecutivo para analizar los resultados de las operaciones. Esto implica que cada equipo da cuenta de una serie de indicadores logísticos, financieros, de recursos humanos, sostenibilidad y comerciales, que se acompañan de proyecciones y evaluaciones de inversión, entre otras materias. Mes a mes el resultado de estas reuniones se comunica, a través de los Gerentes Corporativos y el Vicepresidente Ejecutivo, al Directorio.

Otra instancia que fortalece la toma de decisiones y gestión de la Compañía, en los ámbitos de la economía, medioambiente y las personas, son los comités del Directorio, que se conforman de la siguiente manera: Comité Ejecutivo, Comité de Cultura, Ética y Sustentabilidad, Comité de Directores y Comité de Auditoría Sarbanes-Oxley.

### Evaluación del buen funcionamiento del Gobierno Corporativo

CMF 3.1.I

Con el fin de garantizar y evaluar el buen funcionamiento del gobierno corporativo, existen órganos internos, como también acciones y programas que velan por su correcto accionar.





## NUESTRA CULTURA ÉTICA

CMF 3.6.VII, 3.6.VIII

Coca-Cola Andina fomenta una cultura corporativa centrada en el cumplimiento de la ley y en los valores de la Compañía, a través de diversas políticas y documentos como el Manual de Gobierno Corporativo, Código de Ética y Conducta Empresarial, Modelo de Prevención de Delitos y Política de Libre Competencia en los Mercados, entre otros, los que orientan el actuar de todos los colaboradores, contratistas, consultores, ejecutivos e integrantes del Directorio. Es así como, en concordancia con ese compromiso, la Compañía es miembro de la Fundación Generación Empresarial,

organización sin fines de lucro, que guía a las empresas acerca de cómo establecer una sólida cultura en base a la ética y el cumplimiento.

Además, para que los colaboradores de los distintos niveles conozcan y se empapen de esta cultura de integridad, se ha diseñado una serie de capacitaciones y un plan de comunicación permanente y sistemático para difundir dichas políticas y documentos.



## CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA EMPRESARIAL

GRI 205-2 | CMF 3.6.VII

El Código de Ética y Conducta Empresarial de Coca-Cola Andina -actualizado en abril de 2021- es comunicado a toda la organización y sus filiales y orienta el actuar de todos los integrantes de la Compañía, sin excepción, para que su desempeño y compromiso se realice dentro del marco ético y regulaciones, sin perder de vista el cuidado de los recursos naturales.

## CÓDIGO DE ÉTICA DE PROVEEDORES Y TERCEROS

GRI 205-2 | CMF 5.9

En Coca-Cola Andina contamos con un Código de Ética de Proveedores y Terceros, debidamente comunicado, que busca extender el compromiso y apego por los valores de la Compañía a proveedores, contratistas y subcontratistas con los que se trabaja, así como sus intermediarios, velando, además, porque cumplan con las regulaciones de los distintos países donde opera.

Lo anterior se complementa en algunas de nuestras operaciones con evaluaciones y la solicitud de documentos que dan cuenta de que dichos grupos están cumpliendo con las leyes y basan su actuar bajo principios de integridad en la gestión de los negocios.



La aplicación de este código implica que su incumplimiento puede resultar en la aplicación de una medida disciplinaria. Dicha medida disciplinaria puede ser también aplicable a cualquier otra persona que, con respecto a uno de sus dependientes, sepa o conozca que una conducta prohibida por el Código de Ética y Conducta Empresarial ha sido llevada a cabo por dichas personas, y no tome la acción correctiva apropiada.

## Principios del Código de Ética y Conducta Empresarial

- ▶ Respeto por las personas y el ambiente laboral.
- ▶ Normativa legal y reglamentaria.
- ▶ Respeto y responsabilidad de la actividad sindical.
- ▶ Prohibición de prácticas corruptas y soborno.
- ▶ Fraude.
- ▶ Información contable.
- ▶ Conflictos de interés.
- ▶ Tratos con funcionarios públicos, clientes y proveedores de la Compañía.
- ▶ Competencia y trato justo.
- ▶ Protección y uso adecuado de los activos de la Compañía y de la información.
- ▶ Préstamos internos.
- ▶ Obligación de reportar cualquier comportamiento ilegal y antiético de la Compañía.
- ▶ Comunidades y medioambiente.
- ▶ Responsabilidad de los líderes.

# DIRECTORIO Y PRINCIPALES EJECUTIVOS



Nuestro Directorio

GRI 2-9, 2-11 | CMF 3.2.1

La administración de la Compañía la ejerce un Directorio elegido por la Junta de Accionistas. Su misión es velar por los intereses de los accionistas, proteger y valorizar el patrimonio de la Compañía y definir las pautas del negocio.

## JUAN CLARO GONZÁLEZ

RUT N°5.663.828-8  
**Presidente del Directorio**  
Empresario

Integra el Directorio de la Compañía desde el año 2004, fecha desde la cual es el Presidente del Directorio.

**Experiencia:** Con estudios de Ingeniería Civil y física teórica en la Pontificia Universidad Católica de Chile, ha desarrollado una destacada actividad de representación empresarial al presidir la Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA), entre 2001 y 2005, la Confederación de la Producción y del Comercio (CPC), entre 2002 y 2005, y el Consejo Bilateral de Negocios Chile-China, entre 2005 y 2007. Ha sido parte de los directorios de Gasco S.A. (1991-2000), CMPC S.A. (2005-2011) y Entel S.A. (2005-2011). Fue Presidente fundador de Metrogas S.A. (1994-2000) creada para desarrollar la interconexión gasífera transandina y de la eléctrica Emel S.A. (2001-2007).

**Otros cargos:** Con más de 17 años de experiencia en la industria de consumo masivo y bebidas, es director de Melón S.A., de Agrosuper S.A., donde integra el Comité de Riesgos y de Antofagasta PLC, donde integra el Comité de Sustentabilidad y Grupos de Interés. Además, es socio honorario del Centro de Estudios Públicos (CEP).

**Pertenece al grupo controlador:** No  
**No Ejecutivo**  
**Independiente bajo la Ley 18.046:** No

## GONZALO SAID HANDAL

RUT N°6.555.478-K  
**Vicepresidente del Directorio**  
Ingeniero Comercial

Integra el Directorio de la Compañía desde el año 1993.

**Experiencia:** Ingeniero Comercial de la Universidad Gabriela Mistral, con especialización en Finanzas, Buenas Prácticas y Gobierno Corporativo. Es Vicepresidente de SOFOFA y director de Fundación Generación Empresarial, desde donde promueve su visión sobre Gobierno Corporativo y buenas prácticas empresariales.

Con 30 años de experiencia en la industria de bebidas y consumo masivo, es miembro del Comité de Riesgos de Scotiabank Chile y del Comité de Cultura, Ética y Sustentabilidad de Coca-Cola Andina, aportando con su experiencia en temas de Riesgo Corporativo y materias ASG.

**Otros cargos:** Es director de Scotiabank Chile S.A. y del Holding de Empresas Said Handal.

**Pertenece al grupo controlador:** Si  
**No Ejecutivo**  
**Independiente bajo la Ley 18.046:** No

## SALVADOR SAID SOMAVÍA

RUT N°6.379.626-3  
**Director Titular**  
Ingeniero Comercial

Integra el Directorio de la Compañía desde el año 1992.

**Experiencia:** Ingeniero Comercial de la Universidad Gabriela Mistral, con especialización en Gestión Empresarial.

Fue director en Envases del Pacífico S.A. y Envases CMF S.A. Además, participa en fundaciones sin fines de lucro orientadas al emprendimiento como Endeavor Chile, entidad que presidió durante seis años. Es Consejero del Centro de Estudios Públicos (CEP).

**Otros cargos:** Es actualmente Presidente de Scotiabank Chile, Presidente de Parque Arauco S.A., Vicepresidente Ejecutivo de Inversiones Caburga SpA, Vicepresidente Ejecutivo de Inversiones Cabildo SpA y director de distintas compañías de diversos sectores empresariales.

**Pertenece al grupo controlador:** Si  
**No Ejecutivo**  
**Independiente bajo la Ley 18.046:** No

## JOSÉ ANTONIO GARCÉS SILVA

RUT N°8.745.864-4  
**Director Titular**  
Ingeniero Comercial

Integra el Directorio de la Compañía desde el año 1992.

**Experiencia:** Ingeniero Comercial de la Universidad Gabriela Mistral con especialización en Finanzas. Cuenta con un Executive MBA y PADE del ESE de la Universidad de Los Andes y un Magister en Filosofía y Ética de la Universidad Adolfo Ibáñez. Es Presidente del Directorio de Banvida S.A., Past President de USEC y director de Fundación Paternitas, además de Gerente General de Inversiones San Andrés (holding familiar) y Consejero de la SOFOFA. Tiene 25 años de trayectoria en la industria de bebidas y consumo masivo y una vasta experiencia en riesgo y ciberseguridad en el sector financiero.

**Otros cargos:** Actualmente también es director de Banco Consorcio, CN Life Compañía de Seguros, Consorcio Nacional de Seguros, Banvida S.A. y Andes Iron SpA. Además es miembro del Comité de Cultura, Ética y Sustentabilidad de Coca-Cola Andina.

**Pertenece al grupo controlador:** Si  
**No Ejecutivo**  
**Independiente bajo la Ley 18.046:** No

**EDUARDO CHADWICK CLARO**

RUT N°7.011.444-5  
**Director Titular**  
 Ingeniero Civil Industrial

Integra el Directorio de la Compañía desde el año 2012.

**Experiencia:** Es Ingeniero Civil Industrial con mención en Química de la Pontificia Universidad Católica de Chile, promoción 1981, elegido Ingeniero del Año UC en 2017. Es un reconocido empresario del sector agropecuario, principalmente de la industria vitivinícola y de bebidas, con más de 40 años de experiencia, tanto en Chile como en el extranjero, es considerado como uno de los principales promotores y desarrollador de la imagen de vinos finos de Chile.

Fue Presidente de Cervecería Austral hasta el año 2007, Presidente de Viña Errazuriz y Coca-Cola Polar hasta el año 2012 y actualmente es director y miembro del comité ejecutivo de Coca-Cola Andina.

**Otros cargos:** Es Presidente del Holding empresarial de la familia Chadwick Claro, fundador y director de Hatch Mansfield Co. en Inglaterra y director de Maltexco S.A. Fue Director de la Sofofa hasta el año 2015, y también sirvió como representante ABAC/APEC del Gobierno de Chile durante los años 2018 al 2020. Fue seleccionado el año 2021 como una de las 25 personas escogidas desde Imagen de Chile para ser parte de la Red "Chilen@s Creando Futuro". Participó exitosamente en la Universidad de Oxford en el programa The Oxford Strategic Leadership Programme en el año 2013 y posteriormente fue Fellow del Programa Advance Leadership Initiative de la Universidad de Harvard, el cual cursó durante el año 2022.

**Pertenece al grupo controlador:** Si  
**No Ejecutivo**  
**Independiente bajo la Ley 18.046:** No

**LUIS FELIPE COELHO DUPRAT AVELLAR\***

Pasaporte N° FP471227  
**Director Titular**  
 Bachiller en Economía

Integra el Directorio de la Compañía desde el año 2023.

**Experiencia:** Desde enero de 2023, se desempeña como Presidente de Coca-Cola México en The Coca-Cola Company. Se unió a Coca-Cola Brasil en 2002 en la función de Finanzas, donde adquirió experiencia en varios roles de Finanzas y Planificación. También fue Director de Desarrollo de Mercado para el territorio de Coca-Cola FEMSA en Brasil, y gerente general de las operaciones del Sur de Brasil. Posteriormente fue vicepresidente y gerente general de la franquicia sudafricana de The Coca-Cola Company y dirigió el Sistema Coca-Cola en Sudáfrica, Suazilandia y Lesotho. Entre 2021-2022 se desempeñó como Presidente de Operaciones Sur de The Coca-Cola Company. En este cargo, fue responsable de las operaciones en 6 países de América Latina: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Paraguay y Uruguay. Previo a sumarse al directorio de Coca-Cola Andina en 2023, formó parte de los directorios de Arca Continental Bebidas en Mexico entre 2021-2022, y de MOVER (Movimiento por la Equidad Racial) en Brasil desde su fundación hasta 2022. Además, fue presidente del directorio del Instituto Coca-Cola Brasil entre 2021-2022 y actualmente es presidente del directorio de la Fundación Coca-Cola México.

**Pertenece al grupo controlador:** No  
**No Ejecutivo**  
**Independiente bajo la Ley 18.046:** No

*Ingresó en reemplazo del Sr. Marco Antonio Araujo, quien fue parte del directorio hasta el 31 de mayo de 2023.*

**MARIANO ROSSI**

DNI N°17761559  
**Director Titular**  
 Licenciado en Administración de Empresas

Integra el Directorio de la Compañía desde el año 2012.

**Experiencia:** Licenciado en Administración de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires, especializado en Finanzas. Ha participado en Programas Ejecutivos en la Universidad de Michigan e IESE (Suiza) así como en Programas de Desarrollo Ejecutivo de The Coca-Cola Company de Emory & Wharton Universities (Estados Unidos). Con 32 años de experiencia en la industria de bebidas y consumo masivo, ha sido director Financiero en España, Chief Financial Officer (CFO) en Latin America y General Manager en Argentina en The Coca-Cola Company. Ha participado como director en distintos embotelladores del Sistema Coca-Cola: Chile (Embonor y Polar), Perú (JRL Lindley) y Uruguay (Monresa), entre los años 1999 y 2008.

**Pertenece al grupo controlador:** No  
**No Ejecutivo**  
**Independiente bajo la Ley 18.046:** No

**GEORGES ANTOINE DE BOURGUIGNON ARNDT**

RUT N°7.269.147-4  
**Director Titular**  
 Economista

Integra el Directorio de la Compañía desde el año 2016.

**Experiencia:** Es economista de la Pontificia Universidad Católica de Chile con un MBA de la Universidad de Harvard. En el ámbito académico ha sido profesor de Economía de la Universidad Católica de Chile, mientras que, en el mundo empresarial, es co-fundador y actualmente Presidente de Asset Chile S.A., empresa de asesorías en finanzas corporativas, y de Asset AGF, empresa de Administración de Fondos de inversión. Se desempeña también como director en diversas sociedades, incluyendo Vivo Spa, donde es Presidente desde agosto del 2022 y en Tánica S.A., desde mayo de 2017. Con más de 10 años de experiencia en temas de consumo masivo, fue director de Soquimich S.A. (2019 - abril 2022), Empresas La Polar S.A. (2011-2015), Sal Lobos S.A (2006-2018) y presidente del Comité de Directores de Latam Airlines Group (2012-2019).

**Pertenece al grupo controlador:** No  
**No Ejecutivo**  
**Independiente bajo la Ley 18.046:** No

**FELIPE JOANNON VERGARA**

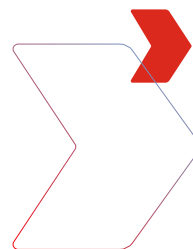
RUT N°6.558.360-7  
**Director Titular**  
 Economista

Integra el Directorio de la Compañía desde el año 2018.

**Experiencia:** Ingeniero Comercial con mención en Economía de la Pontificia Universidad Católica de Chile y MBA de The Wharton School. Previamente fue director de empresas del Grupo Luksic; Gerente de Desarrollo de Quiñenco S.A., Gerente General de Viña Santa Rita y Subgerente General de Cristalerías de Chile S.A. En el ámbito académico, es profesor de la Facultad de Administración y Economía de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

**Otros cargos:** Actualmente participa en los Directorios de Forestal O'Higgins (matriz del Grupo Matte), Quimetal Industrial S.A., Icom Gestión Inmobiliaria SpA, Altis S.A. AGF, Maquinarias y Construcciones Río Loa S.A., Almendral S.A., Constructora e Inmobiliaria EBCO S.A., Wenco S.A. y VIVO S.A.

**Pertenece al grupo controlador:** No  
**No Ejecutivo**  
**Independiente bajo la Ley 18.046:** No



**ROBERTO  
MERCADÉ**

Pasaporte N°567901030

**Director Titular**  
Ingeniero

Integra el Directorio de la Compañía desde el año 2019.

**Experiencia:** Ingeniero Industrial del Georgia Institute of Technology, Atlanta (Estados Unidos). En forma previa integró los Directorios de ARCA-Lindley en Perú, Escuela Campo Alegre en Venezuela y American International School of Johannesburg en Sudáfrica. Con 30 años de experiencia en la industria de bebidas y consumo masivo, fue Presidente de Coca-Cola de México donde también lideró la fundación Coca-Cola. Ha desarrollado su experiencia en las regiones de Latinoamérica, África y Asia-Pacífico.

**Otros cargos:** En la actualidad es Presidente Global de The McDonald's Division en The Coca-Cola Company.

**Pertenece al grupo controlador:** No  
**No Ejecutivo**  
**Independiente bajo la Ley 18.046:** No

**GONZALO  
PAROT PALMA**

RUT N°6.703.799-5

**Director Titular**  
Ingeniero Civil Industrial

Integra el Directorio de la Compañía desde el año 2009.

**Experiencia:** Ingeniero Civil Industrial de la Universidad de Chile, Magister en Ingeniería Industrial mención Economía de la Universidad de Chile y Master en Economía University of Chicago. Sus áreas de especialización son Economía de Empresas, Organización y Regulación de Mercado, Finanzas Públicas y Finanzas Corporativas. Con 23 años de experiencia en la industria de bebidas y en consumo masivo, se ha desempeñado como Jefe de Estudios en CCU S.A., Gerente Corporativo de Estudios y Desarrollo en Empresas CMPC S.A., Presidente Ejecutivo de Filiales Envases y Productos de Papel CMPC S.A., Gerente General y director de Celulosa del Pacífico, Gerente General Corporativo de CMPC Tissue S.A. y director y Gerente General Corporativo de Copesa S.A. En su trayectoria se ha destacado como director, Vicepresidente Ejecutivo y Consejero de la Corporación Municipal y Teatro Municipal de Santiago; director de la Asociación Nacional de la Prensa y de la Cámara Chileno-Argentina de Negocios, profesor y director de la Escuela de Economía y Negocios de la Universidad de Chile; profesor y Decano de Economía y Administración de la Universidad Gabriela Mistral.

**Otros cargos:** En la actualidad se desempeña como director en AES Andes S.A.

**Pertenece al grupo controlador:** No  
**No Ejecutivo**  
**Independiente bajo la Ley 18.046:** Si

**CARMEN  
ROMÁN ARANCIBIA**

RUT N°10.335.491-9

**Directora Titular**  
Abogada

Integra el Directorio de la Compañía desde el año 2021.

**Experiencia:** Es Abogada de la Universidad Gabriela Mistral. Ex Gerente Legal y de Asuntos Corporativos de Walmart Chile. Ha desarrollado una sólida experiencia en la industria del retail, trabajando durante 11 años en Walmart, 7 años en Cencosud y 4 años en Santa Isabel. Posee conocimientos y experiencia en gestión de riesgos, debido a su rol como Directora de Compliance y Ética en Walmart. Debido a sus conocimientos y experiencia en área de Gobiernos Corporativos, Sostenibilidad y Valor Compartido, fue nombrada Co Presidenta del Comité de Sustentabilidad y Gobierno Corporativo de la SOFOFA. En el área de diversidad e inclusión tiene conocimientos y experiencia como mentora y formadora de programas de liderazgo femenino.

**Otros cargos:** Actualmente es miembro del Consejo de Sustentabilidad Legal de la Universidad Católica, miembro del Circulo Legal de Icare, consejera en Comunidad Mujer y Directora en Fundación Generación Empresarial. Además es miembro del Comité de Cultura, Ética y Sustentabilidad de Coca-Cola Andina.

**Pertenece al grupo controlador:** No  
**No Ejecutivo**  
**Independiente bajo la Ley 18.046:** No

*A partir de marzo de 2024 también asume como Directora de Grupo Patio.*

**DOMINGO  
CRUZAT AMUNÁTEGUI**

RUT N°6.989.304-K

**Director Titular**  
Ingeniero Civil Industrial

Integra el Directorio de la Compañía desde el año 2021.

**Experiencia:** Ingeniero Civil Industrial de la Universidad de Chile con un MBA de The Wharton School de la Universidad de Pensilvania. Con más de 12 años de experiencia en la industria de bebidas y consumo masivo, se desempeñó como Gerente Comercial en Pesquera Coloso-San José; CEO de Watt's Alimentos; CEO de Loncoleche, CEO de Bellsouth Chile y Sub-Gerente General de Compañía Sudamericana de Vapores. Es profesor universitario en las áreas de marketing y ventas en el ESE de la Universidad de Los Andes. También ha integrado los Directorios de Compax, Construmart, Copefrut, Essal, Principal Financial Group, Compañía Sudamericana de Vapores y Viña San Pedro de Tarapacá. Además, fue Presidente del Directorio de Correos de Chile y Presidente del Sistema de Empresas Públicas (SEP).

**Otros cargos:** En la actualidad integra el Directorio de Enel Américas, IP Chile, SEP y Stars (family office). Además, es socio fundador de la Fundación Esperanza, dedicada a rehabilitar a jóvenes drogadictos.

**Pertenece al grupo controlador:** No  
**No Ejecutivo**  
**Independiente bajo la Ley 18.046:** Si

**RODRIGO  
VERGARA MONTES**

RUT N°7.980.977-2

**Director Titular**  
Ingeniero Comercial

Integra el Directorio de la Compañía desde el año 2018.

**Experiencia:** Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Chile y Doctor en Economía de la Universidad de Harvard. En el ámbito académico, es profesor del Instituto de Economía de la Universidad Católica de Chile, mientras que en su carrera profesional fue Presidente del Banco Central de Chile (2011-2016) y Consejero de la misma entidad (2009-2011). Fue director en Moneda S.A., Moneda AGF, Entel S.A. y Banco Internacional. Por su experiencia en el Banco Central posee amplio conocimiento en Gestión de Riesgos y Materias Financieras, así como de Ciberseguridad y Sustentabilidad.

**Otros cargos:** Es director de Banco Santander Chile y Besalco S.A. Ocupa el cargo de Economista Senior del Centro de Estudios Públicos (CEP) e Investigador Asociado del Centro Mossavar-Rahmani de la Escuela de Gobierno de la Universidad de Harvard. Además, es director de la Fundación Nacional para la Superación de la Pobreza.

**Pertenece al grupo controlador:** No  
**No Ejecutivo**  
**Independiente bajo la Ley 18.046:** No





## PROCESO DE NOMINACIÓN Y ELECCIÓN DEL DIRECTORIO

GRI 2-10, 2-11 | CMF 3.7.III

La elección de los miembros del Directorio se realiza de acuerdo con el proceso de elección contenido en la Ley 18.046 sobre Sociedades Anónimas, donde se establecen los mecanismos para que cada accionista pueda postular a su candidato, así como los plazos para efectuar dicha postulación. La norma indica que las candidaturas se pueden recibir aún en la misma Junta Ordinaria de Accionistas, salvo en el caso de candidatos a director independiente, los cuales deben ser presentados con, a lo menos, 10 días de anticipación a la misma.

El Directorio de Embotelladora Andina S.A. está compuesto por 14 directores titulares que son propuestos y elegidos cada tres años por la Junta Ordinaria de Accionistas, a través de votaciones separadas de los accionistas de las Series A y B. Los titulares de las acciones Serie A eligen 12 directores y los titulares de las acciones Serie B eligen 2 directores, de acuerdo con lo establecido en el artículo 5° de los Estatutos Sociales de la Compañía. Como resultado, son elegidos aquellos candidatos que reciban un mayor número de votos, debiendo siempre existir entre ellos, al menos, un candidato que reúna las condiciones para ser considerado como independiente, conforme con lo dispuesto en la Ley sobre Sociedades Anónimas. Para estos efectos, un director es independiente cuando respecto de él no concurre ninguna de las situaciones descritas en el artículo 50 bis de la Ley sobre Sociedades Anónimas, cumpliéndose, además, los requisitos formales para su postulación. De acuerdo con su obligación legal, el Directorio ha dado cumplimiento al número de directores independientes exigido por la legislación chilena.

Con fecha 15 de abril de 2021 y durante la Junta Ordinaria de Accionistas, se llevó a cabo la última elección de Directorio, renovando así este órgano en su totalidad. Al respecto, cabe agregar que los directores podrán ser o no accionistas y se mantendrán en sus funciones por tres años, pudiendo ser reelegidos por un número indefinido de periodos.

En cuanto a la elección del Presidente del Directorio, tanto la ley chilena como los estatutos de la Compañía, no establecen un procedimiento según el cual deba llevarse a cabo esta elección, como tampoco requisitos especiales para ejercer el cargo. En el caso del Directorio de Embotelladora Andina S.A., el Presidente no posee cargo ejecutivo ni gerencial dentro de la Compañía y su elección se realiza en la primera sesión de Directorio que se celebre con posterioridad a su renovación.

## SEPARACIÓN DE FUNCIONES

GRI 2-11 | CMF 2.3.1

De acuerdo con la Ley sobre Sociedades Anónimas, el cargo de director es incompatible con el de gerente o ejecutivo, separación de funciones que está además especificada en el artículo 17 de los Estatutos de la Compañía.

Sobre la propiedad y su control, es pertinente señalar que, al 31 de diciembre de 2023, los directores Eduardo Chadwick Claro, José Antonio Garcés Silva, Gonzalo Said Handal y Salvador Said Somavía tienen directa y/o indirectamente, participación en la propiedad de la Compañía, mientras que ninguno de los demás integrantes del Directorio tiene acciones de la Sociedad.



Revise más información sobre propiedad y control de la Compañía en el Capítulo 7.

## INDUCCIÓN DEL DIRECTORIO

CMF 3.2.V

Dentro de los siguientes 15 días a la designación de un nuevo director, la Compañía lleva a cabo el proceso de inducción, que consiste en que el Vicepresidente Ejecutivo le hace entrega de una carpeta con información relevante para el ejercicio de su cargo. En ella se detallan aspectos claves como la Misión, Visión y Valores, el Propósito y los objetivos estratégicos de la Organización, los principios y valores que orientan su quehacer, y las políticas de inclusión, sostenibilidad, diversidad y gestión de riesgo. Además, estos documentos contienen el marco jurídico bajo el cual deben regirse la Sociedad, el Directorio y los ejecutivos de más alto nivel.

Otro aspecto que contiene la carpeta es información sobre los deberes que recaen en cada uno de los miembros del Directorio, de acuerdo a lo señalado por la legislación vigente. También explica los conflictos de interés según lo que establece la Política de Conflicto de Interés de la Compañía.

Por último, el proceso de inducción del Directorio incluye la posibilidad de reunirse con el Vicepresidente Ejecutivo, el Gerente Corporativo Legal, la Unidad de Auditoría y el Gerente Corporativo de Administración y Finanzas, en caso de así solicitarse.

## Adherencia a códigos nacionales e internacionales

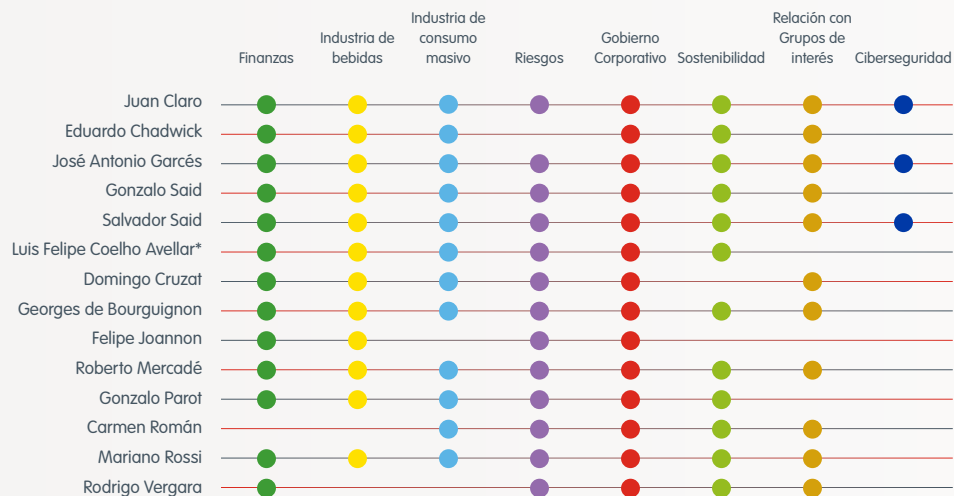
CMF 3.5

El Directorio de Coca-Cola Andina ha adoptado diversas prácticas sugeridas por los distintos códigos de buen Gobierno Corporativo, sin perjuicio de lo cual, la Compañía no ha adherido formalmente a ninguno de ellos. El Directorio está facultado para evaluar la conveniencia, en caso de ser necesario, de adherir a cualquiera de los códigos de buen Gobierno Corporativo.



## MATRIZ DE CONOCIMIENTO, HABILIDADES Y EXPERIENCIA DE LOS DIRECTORES

CMF 3.2.IV



\*El Sr. Marco Antonio Araujo, fue miembro del directorio hasta el 31 de mayo de 2023, siendo reemplazado por el Sr. Luis Felipe Coelho Duprat Avellar

## DIVERSIDAD DEL DIRECTORIO

CMF 3.2.IX.B, 3.2.XIII.A, 3.7.III

En Coca-Cola Andina, la diversidad es un factor clave para el éxito en el largo plazo, pues, tener un amplio abanico de perspectivas y experiencias, redundando en una mejor comprensión de las oportunidades, riesgos y desafíos que se afrontan a diario, fortaleciendo la toma de decisiones y la relación con los distintos públicos de interés.

Buscando mitigar posibles obstáculos asociados al género, así como barreras sociales o culturales que pudieran jugar en contra de la diversidad de experiencias, capacidades y perspectivas que deben primar en el Directorio de la Compañía, se ha establecido una Política de Diversidad en el Directorio que da cuenta de las condiciones y características generales que los accionistas deberían tener en cuenta al momento de sugerir candidatos al cargo.

[+ Revise la Política de Diversidad en el Directorio aquí.](#)



# 14

Total de integrantes del Directorio

CMF 3.2.XIII.A, 3.2.XIII.B

1  
Mujer

13  
Hombres

11  
Chilenos

3  
Extranjeros

## ACTIVIDADES DEL DIRECTORIO

CMF 3.2.VII, 3.2.VIII, 3.2.X, 3.2.XI

Las sesiones de Directorio de Coca-Cola Andina pueden efectuarse de manera presencial, remota o híbrida, según lo determinen los directores, en reuniones ordinarias que se llevan a cabo una vez al mes como mínimo. Para fijar las fechas y temas de cada sesión, se programa una agenda anual, la que se comunica con la debida antelación.

Aunque no existe una política específica, ante situaciones de contingencia, el Directorio sigue sesionando, según lo que establecen las normas legales y orientaciones que entrega la Comisión para el Mercado Financiero (CMF) sobre el funcionamiento remoto. Esto permite dar continuidad a las sesiones.

A fin de abordar todos los temas que son relevantes para la óptima gestión del negocio, los asuntos para discutir en cada sesión se definen de acuerdo con los intereses y requerimientos de la Compañía. En 2023, el Directorio definió como temáticas claves, aquellas relativas al ámbito financiero, de tecnología, sostenibilidad y riesgos, así como la marcha de las principales operaciones de la Compañía, entre otras. En cada sesión de directorio (celebradas mensualmente) se da cuenta de las materias tratadas en los distintos comités de la Compañía con sus respectivas temáticas, dentro de las cuales se encuentran asuntos medioambientales y sociales. Estas materias, incluyendo la reducción de la huella de carbono de la Compañía, son consideradas por el directorio a la hora de tomar decisiones respecto a temas estratégicos, planes de negocios, proyectos, presupuestos y otros.

En cuanto al quórum, este queda establecido por la presencia de la mayoría absoluta de los directores y, para aprobar una decisión, es necesario el voto afirmativo de la mayoría absoluta de los directores presentes, salvo en los casos en que la ley o los Estatutos exijan un quórum mayor.

En 2023, el Directorio sesionó en 12 ocasiones, de manera presencial o remota, cumpliendo con el 100% de lo planificado. La asistencia promedio de los directores fue de un 96% y las reuniones se llevaron a cabo en conformidad con lo establecido en la Norma de Carácter General N°450 de la CMF.

A las sesiones del Directorio se suman las visitas periódicas a las plantas e instalaciones que realiza un grupo de directores. Estas visitas tienen como fin reunirse con los responsables de cada operación pues, dadas las características y dispersión geográfica de Coca-Cola Andina, se hace imprescindible el apoyo conjunto para la gestión de riesgos y el análisis de los retos que pueden surgir al implementar soluciones. Así, acompañados por el Gerente Corporativo de Administración y Finanzas, el Gerente Corporativo de Planificación Estratégica & Desarrollo Digital y el Vicepresidente Ejecutivo, al menos una vez al año, un conjunto de directores visita las cuatro operaciones. En el mes de Agosto de 2023 estuvieron en las plantas de la Compañía en Brasil, Argentina y Paraguay.



**SISTEMA DE ACCESO A LA INFORMACIÓN SEGURA, REMOTA Y PERMANENTE**

CMF 3.2.XII, 3.2.XII.A, 3.2.XII.B, 3.2.XII.D

A través de un sistema digital dedicado, que funciona desde el año 2020, los directores acceden a la citación al Directorio, un documento que sintetiza los tópicos que se abordarán en cada sesión y se hace llegar de manera oportuna a todos sus integrantes. Además, pueden ingresar a un repositorio donde están los distintos documentos o informes que se presentarán en la sesión, junto a las actas respectivas.

Además, gracias a este sistema digital, todos los documentos mencionados quedan a disposición de los directores de manera permanente, con la posibilidad de consultarlos cada vez que lo requieran, de manera remota y segura. A esto se suma que siempre tienen a su disposición el libro de Actas de Sesiones de Directorio, que cuenta con el detalle de los distintos tópicos abordados históricamente en cada una de las reuniones.

De igual manera, los directores tienen acceso permanente y seguro a todas las denuncias y reclamos recibidos a través del Canal de Denuncias Anónimas existente en la Compañía.

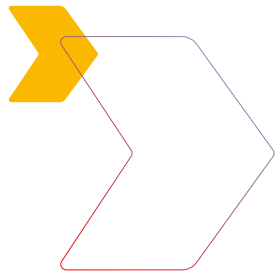
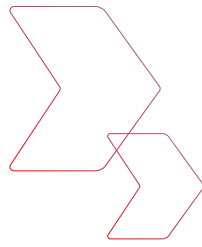
**FORMACIÓN Y EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO DEL DIRECTORIO**

GRI 2-17, 2-18 | CMF 3.2.III, 3.2.IX, 3.2.IX.A, 3.2.IX.C, 3.3.V

Si bien no hay una política formal sobre evaluación de desempeño del Directorio y sus comités, Coca-Cola Andina está comprometida con el desafío que implica estar al día en aquellas materias que son relevantes, tanto para las personas, como para el contexto en el cual se desenvuelve la Compañía.

Por su parte, en el ámbito de la formación, los integrantes del Directorio son capacitados de manera habitual, a través de charlas y/o conferencias. Además, cuentan con una biblioteca digital donde pueden acceder a material diverso y pertinente a sus funciones. Cabe señalar que el Directorio no difunde las materias sobre las que se han realizado las capacitaciones del último año.

Por último, aunque la Compañía no posee una política para la contratación de expertos, el Directorio y sus comités tienen las facultades y los recursos suficientes para contratar asesorías en las materias o problemáticas que estimen pertinentes para la óptima gestión de Coca-Cola Andina. Al respecto y, para el año analizado, el Directorio incurrió en gastos totales por Ch\$496.109.056 de los cuales Ch\$294.061.931 se refieren a gastos en asesorías (incluyendo auditorías de distinta índole).







Remuneraciones  
del Directorio  
(Ch\$ millones)



## POLÍTICA DE REMUNERACIONES DEL DIRECTORIO

GRI 2-19, 2-20 | CMF 3.2.II, 3.2.XIII.F, 3.3.III

Los integrantes del Directorio poseen una remuneración que establece de forma anual la Junta General Ordinaria de Accionistas. Según lo resuelto en la sesión del 20 de abril de 2023, se acordó una remuneración bruta mensual de Ch\$6.750.000. Además, la Junta resolvió entregar una remuneración adicional para el Presidente del Directorio, que asciende a un monto bruto mensual de Ch\$6.750.000.

Por último, en la misma instancia, se acordó pagar una remuneración bruta mensual de Ch\$8.450.000 durante el Ejercicio 2023 para cada director miembro del Comité Ejecutivo, con excepción del Presidente y el Vicepresidente Ejecutivo; un monto bruto mensual de Ch\$1.125.000 para cada director integrante del Comité de Cultura, Ética y Sustentabilidad; y una remuneración bruta mensual de Ch\$2.250.000 para cada director miembro del Comité de Directores y Auditoría. Dichas remuneraciones se pagan sin hacer diferencias en función de sexo y sin que existan otras regalías, dietas u otro tipo de compensaciones para los miembros del Directorio distintas de las antes indicadas.

	Dieta Directorio		Comité Ejecutivo		Comité de Directores y Auditoría (SOX)		Comité de Cultura, Ética y Sustentabilidad		Total	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Juan Claro González <sup>1</sup>	144	156	0	0	0	0	0	0	144	156
Gonzalo Said Handal	72	78	90	98	0	0	12	13	174	189
José Antonio Garcés Silva	72	78	90	98	0	0	12	13	174	189
Salvador Said Somavía	72	78	90	98	24	26	0	0	186	202
Eduardo Chadwick Claro	72	78	90	98	0	0	12	13	174	189
Gonzalo Parot Palma <sup>2</sup>	72	78	0	0	24	26	0	0	96	104
Georges de Bourguignon Arndt	72	78	0	0	0	0	0	0	72	78
Rodrigo Vergara Montes	72	78	0	0	0	0	0	0	72	78
Felipe Joannon Vergara	72	78	0	0	0	0	0	0	72	78
Carmen Román Arancibia	72	78	0	0	0	0	12	13	84	91
Domingo Cruzat Amunátegui <sup>2</sup>	72	78	0	0	24	26	0	0	96	104
Mariano Rossi	72	78	0	0	0	0	0	0	72	78
Roberto Mercadé Rovira	72	78	0	0	0	0	0	0	72	78
Luis Felipe Coelho Duprat Avellar <sup>3</sup>	0	47	0	0	0	0	0	0	0	47
Marco Antonio Fernandes De Araujo <sup>4</sup>	72	31	0	0	0	0	0	0	72	31
<b>Totales Brutos</b>	<b>1.080</b>	<b>1.170</b>	<b>360</b>	<b>390</b>	<b>72</b>	<b>78</b>	<b>48</b>	<b>52</b>	<b>1.560</b>	<b>1.690</b>

1. Incluye Ch\$78 millones adicionales como Presidente del Directorio.

2. Es director independiente de la Sociedad, de acuerdo a la normativa vigente.

3. Ingresó al Directorio en mayo de 2023.

4. Egresó del directorio en mayo de 2023.



## COMITÉS DEL DIRECTORIO

GRI 2-9 | CMF 3.2.VII, 3.3.I, 3.3.II, 3.3.IV, 3.3.VII

El Directorio de Coca-Cola Andina ha establecido diversos comités de apoyo donde se tratan temas significativos para la Compañía. En estas instancias, el área de Auditoría Interna se encarga de asistirlo en el control de los procesos y de velar porque se cumplan las políticas y modelos corporativos. Además, participan profesionales externos que revisan los estados financieros, así como el escenario y mecanismos de control interno.



## COMITÉ DE DIRECTORES

### Fecha de creación

Designación de sus actuales miembros en Sesión de Directorio de fecha 17 de abril de 2001, según lo establecido en el artículo 50 bis de la Ley N°18.046 sobre Sociedades Anónimas, y en conformidad con lo dispuesto en la Circular N°1.956 de la Comisión para el Mercado Financiero.

### Rol y Principales Funciones

Da cumplimiento a lo establecido en el artículo 50 bis de la Ley N°18.046 sobre Sociedades Anónimas.

### Principales actividades del año

Según lo prescrito en el artículo 50 bis de la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas, se da cuenta de las tareas implementadas por el Comité de Directores de Embotelladora Andina S.A. Durante el año 2023, el Comité desarrolló, entre otras, las siguientes actividades:

- ▶ Examen de informes de los auditores externos, del balance y de los demás estados financieros presentados por los administradores de la Sociedad, pronunciándose respecto de éstos en forma previa a su presentación al Directorio y a los accionistas para su aprobación.
- ▶ Análisis y preparación de propuesta al Directorio de nombres para los auditores externos y clasificadores privados de riesgo, en su caso, que fueron sugeridos a la junta de accionistas respectiva.
- ▶ Examen de antecedentes relativos a las operaciones a que se refiere el Título XVI de la Ley N°18.046, e informe respecto a esas operaciones.
- ▶ Examen de sistemas de remuneraciones y planes de compensación de los gerentes, ejecutivos principales y trabajadores de la Sociedad.
- ▶ Revisión de denuncias anónimas.
- ▶ Revisión y aprobación de Informe 20F, y cumplimiento de la regla 404 de la Ley Sarbanes-Oxley.
- ▶ Preparación de propuesta de presupuesto de funcionamiento del Comité.
- ▶ Revisión de informes de Auditoría Interna.
- ▶ Entrevistas periódicas con representantes de los Auditores Externos de la Sociedad.

- ▶ Revisión del presupuesto de Operaciones entre Entidades Relacionadas (Joint Ventures de producción).
- ▶ Revisión Seguros Corporativos.
- ▶ Revisión y aprobación de cada Press Release asociado a comunicaciones de la Compañía.
- ▶ Revisión de estándares de Control Interno en las cuatro Operaciones de la Sociedad, incluyendo Riesgos Críticos en los Procesos Contables, Cumplimiento de Políticas Corporativas, Contingencias Tributarias, y situación de Observaciones de Auditoría Interna y Externa.
- ▶ Análisis Modelo de Gestión de Riesgos.
- ▶ Revisión Modelo de Prevención de Delitos.
- ▶ Revisión avances en Ciberseguridad y Tecnologías de la Información.
- ▶ Revisión procesos judiciales y análisis de contingencias.
- ▶ Revisión situación tributaria
- ▶ Autorización de Servicios no Prohibidos.
- ▶ Análisis Test de Deterioro
- ▶ Revisión Oficio CMF.
- ▶ Preparación Informe de Gestión Anual y Agenda.

### Integrantes ejercicio actual y anterior

- ◀ Sr. Gonzalo Parot Palma (Presidente y director independiente)
- ◀ Sr. Domingo Cruzat Amunátegui (director independiente)
- ◀ Sr. Salvador Said Somavía.

### Sesiones y gastos

En 2023 se realizaron 12 sesiones. El Comité de Directores incurrió en gastos totales por Ch\$182.780.666 de los cuales Ch\$122.100.275 se refieren a gastos en asesorías (incluyendo auditorías de distinta índole).

### Reporte al Directorio

Reporta mensualmente al Directorio de la Compañía.



## COMITÉ EJECUTIVO

### Fecha de creación

22 de abril de 1986.

### Rol y Principales Funciones

Representa al Directorio, supervisando el funcionamiento permanente de la Compañía. Sus facultades son más acotadas que las del Directorio, el cual no se ve privado de las mismas debido a su existencia.

### Integrantes ejercicio actual y anterior

- ◀ Sr. Eduardo Chadwick Claro
- ◀ Sr. José Antonio Garcés Silva
- ◀ Sr. Gonzalo Said Handal
- ◀ Sr. Salvador Said Somavía
- ◀ Sr. Juan Claro González
- ◀ Sr. Miguel Ángel Peirano.

### Sesiones y gastos

Este Comité sesiona mensualmente todo el año. En 2023 se realizaron 12 sesiones y no incurrió en gastos.

### Reporte al Directorio

Reporta mensualmente al Directorio de la Compañía.



## COMITÉ DE CULTURA, ÉTICA Y SUSTENTABILIDAD

### Fecha de creación

28 de enero de 2014.

### Rol y Principales Funciones

Monitorea, identifica y adopta las medidas óptimas para que las actividades de los colaboradores y ejecutivos se apeguen a los valores y principios definidos por el Directorio. Sus principales funciones son:

- ▶ Proponer, impulsar y hacer seguimiento a las iniciativas de fortalecimiento de la cultura organizacional, el desarrollo de los talentos y el fortalecimiento del compromiso y motivación de los colaboradores, para alinear las aspiraciones individuales con el Propósito de la Compañía.
- ▶ Establecer y desarrollar procedimientos que fomenten la conducta ética de las personas, en concordancia con el Código de Ética y Conducta Empresarial de la Compañía.
- ▶ Establecer mecanismos de difusión del Código de Ética y Conducta Empresarial, y de materias generales relacionadas.
- ▶ Recibir, conocer e investigar los reportes de irregularidades encargados por el Directorio y recomendar acciones en cada uno de los casos. Este Comité está además facultado para proponer reformas o modificaciones al Código de Ética y Conducta Empresarial.
- ▶ Monitorear el avance del cumplimiento de las metas relacionadas con los temas materiales de sostenibilidad.

### Integrantes ejercicio actual y anterior

- ◀ Sra. Carmen Román Arancibia (Presidenta)
- ◀ Sr. José Antonio Garcés Silva
- ◀ Sr. Gonzalo Said Handal
- ◀ Sr. Eduardo Chadwick Claro
- ◀ El Presidente del Directorio lo integra por derecho propio.

### Sesiones y gastos

En 2023 se realizaron 12 sesiones e incurrió en gastos por Ch\$71.546.419 los cuales corresponden en su totalidad a gastos en asesorías (incluyendo auditorías de distinta índole).

### Reporte al Directorio

Cada vez que este Comité sesiona, reporta al Directorio de la Compañía en la sesión más próxima.



## COMITÉ DE AUDITORÍA SARBANES-OXLEY

### Fecha de creación

Constituido por el Directorio el 26 de julio de 2005, según requerimientos del NYSE y la SEC de Estados Unidos con respecto al cumplimiento de la Ley Sarbanes-Oxley. El actual Comité de Auditoría fue elegido en sesión de Directorio celebrada el 27 de abril de 2021.

### Rol y Principales Funciones

Es el responsable directo de las firmas de auditores externos de la Compañía y del debido cumplimiento de sus funciones. Tiene también la responsabilidad de analizar los estados financieros y supervisar su difusión, apoyar la supervisión financiera y la rendición de cuentas, asegurar que la administración desarrolle controles internos confiables, asegurar que el Departamento de Auditoría y auditores independientes cumplan sus roles y revisar las prácticas de evaluación de la Compañía. Finalmente, el Comité de Auditoría establece los sistemas y procedimientos para la recepción y tratamiento de denuncias y quejas relativas a la contabilidad, controles internos de contabilidad u otros asuntos de auditoría; y la comunicación, confidencial y anónima, por parte de los empleados a la Compañía, sobre irregularidades contables y prácticas de auditoría. Su composición y atribuciones se encuentran en el Reglamento del Comité de Auditoría Sarbanes-Oxley, disponible en nuestro sitio web.

### Integrantes ejercicio actual y anterior\*

- ◀ Sr. Gonzalo Parot Palma (Presidente y director independiente)
- ◀ Sr. Domingo Cruzat Amunátegui (director independiente)
- ◀ Sr. Salvador Said Somavía

Domingo Cruzat Amunátegui y Gonzalo Parot Palma cumplen con los estándares de independencia establecidas en la Ley Sarbanes-Oxley, las normas de la SEC y del NYSE. Asimismo, Gonzalo Parot Palma fue designado por el Directorio como experto financiero según lo definido en los estándares del NYSE y la Ley Sarbanes-Oxley.

### Sesiones y gastos

Las resoluciones, acuerdos y organización del Comité de Auditoría Sarbanes-Oxley son regulados por las normas relacionadas a las sesiones de Directorio y Comité de Directores de la Sociedad. Desde su creación, el Comité de Auditoría Sarbanes-Oxley ha sesionado conjuntamente con el Comité de Directores ya que sus funciones son muy similares y ambos Comités se encuentran integrados por los mismos miembros. Durante el año 2023 el Comité Sarbanes-Oxley incurrió en gastos totales por Ch\$91.372.093 los cuales corresponden en su totalidad a gastos en asesorías (incluyendo auditorías de distinta índole).

### Reporte al Directorio

Reporta mensualmente al Directorio de la Compañía.

**FINALMENTE, LA COMPAÑÍA CUENTA TAMBIÉN CON UN COMITÉ, INTEGRADO POR DIRECTORES ESPECIALISTAS EN MATERIAS FINANCIERAS, QUE SE REÚNE CADA VEZ QUE EL DIRECTORIO LO SOLICITA, PARA TRATAR TEMAS DE SU ESPECIALIDAD.**



## PERIODICIDAD Y MONITOREO DEL DIRECTORIO Y DEL COMITÉ DE DIRECTORES A UNIDADES ESTRATÉGICAS

CMF 3.2.VI, 3.3.VI

### Gestión de Riesgos

CMF 3.6.IV



La Compañía tiene un proceso de gestión de riesgos cuyos lineamientos iniciales fueron aprobados por el Directorio, mientras que al Comité de Directores le corresponde la supervisión, para lo cual se reúne con la Gerencia Corporativa de Control de Gestión, Riesgos y Sostenibilidad al menos una vez al año. El comité da cuenta de esta reunión al Directorio.

Por su parte, el Directorio se debe reunir una vez al año con dicha gerencia para asegurar que el proceso de gestión de riesgos se lleva a cabo de manera correcta, analizando la matriz de riesgos actuales, así como aquellos factores claves para la detección de nuevos riesgos y sus probabilidades de ocurrencia, agregando recomendaciones y mejoras para fortalecer el modelo. Según el caso, se analiza la participación de los principales ejecutivos.

### Sostenibilidad

GRI 2-14  
CMF 3.6.IV



Para la Compañía, la sostenibilidad necesita del diseño de un plan a largo plazo que se vaya adecuando en el tiempo. Con ese propósito se ha establecido una reunión anual entre el Directorio y la Gerencia Corporativa de Control de Gestión, Riesgos y Sustentabilidad, además de reuniones mensuales con el Comité de Cultura, Ética y Sustentabilidad donde se abordan los avances y desafíos en los pilares de trabajo. Además, se analiza el plan de difusión y comunicación a los distintos públicos de interés. La participación de los principales ejecutivos de la Compañía en las sesiones se analiza caso a caso.

En cuanto a la Memoria Integrada, la cual tiene el propósito de dar a conocer a los grupos de interés, información relevante de la Compañía en el ámbito Ambiental, Social y de Gobernanza, es aprobada por el Directorio, previo a su presentación a la Junta Ordinaria de Accionistas.

### Auditoría Interna

GRI 2-16 | CMF 3.6.VI



El Gerente Corporativo de Auditoría Interna asiste mensualmente a las sesiones del Comité de Directores, que monitorea periódicamente su funcionamiento. El Directorio ha acordado también reunirse semestralmente con el Gerente Corporativo de Auditoría Interna para analizar las siguientes materias: programa anual de auditoría, eventuales deficiencias graves que se hubieren detectado, situaciones irregulares que por su naturaleza deban ser comunicadas a los organismos fiscalizadores competentes o al Ministerio Público, recomendaciones y mejoras que en opinión de la unidad sería pertinente realizar para minimizar irregularidades y efectividad de los modelos de prevención de delitos implementados por la Sociedad. La presencia de los ejecutivos principales de la Compañía en dichas sesiones se analiza caso a caso, según el tema a abordar.

Con el objetivo de examinar el plan de auditoría, el Directorio se reúne al menos tres veces al año con la empresa de Auditoría Externa. Esta instancia permite identificar posibles diferencias detectadas en las prácticas contables, sistemas administrativos y de auditoría interna, junto con eventuales deficiencias graves o irregularidades que se hubieran detectado y que requieran ser informadas a los entes fiscalizadores respectivos. Asimismo, también busca posibles conflictos de interés que puedan darse entre la empresa de auditoría o su personal.

Por su parte, el Comité de Directores se reúne con la empresa de Auditoría Externa al menos tres veces al año y la participación de los más altos ejecutivos de la Compañía se evalúa según cada caso y la materia a abordar.

### Auditoría Externa

CMF 3.6.V



## PRINCIPALES PILARES DEL DEPARTAMENTO DE AUDITORÍA INTERNA

**EL DEPARTAMENTO DE AUDITORÍA INTERNA APORTA A LA COMPAÑÍA EN EL LOGRO DE SUS OBJETIVOS CON UN ENFOQUE SISTEMÁTICO PARA MEJORAR LA EFICACIA DE LOS PROCESOS DE GESTIÓN DE RIESGOS, CONTROL Y GOBIERNO, REPORTANDO DIRECTAMENTE AL DIRECTORIO Y AL COMITÉ DE DIRECTORES.**

Los principales pilares del departamento son:

- ▶ Auditoría de Procesos.
- ▶ Auditoría TI (Ciberseguridad, Ethical Hacking, Business and Risk Impact Analysis).
- ▶ Programa Prevención del Fraude.
- ▶ Matriz de Riesgos corporativos (Testing).
- ▶ Auditoría de Políticas Corporativas.
- ▶ Auditoría Matriz SOX (Testing).
- ▶ Diseño de modelos anticorrupción para leyes (FCPA, Ley N°20.393 de Chile y Ley N°27.401 de Argentina).
- ▶ Seguimiento continuo de variables estratégicas.
- ▶ Auditorías operativas (cobertura territorial: inventarios, arqueos, entre otros).
- ▶ Denuncias anónimas e investigaciones (EthicsPoint).
- ▶ Follow up (modelo estandarizado de seguimiento de implementaciones).

Durante el año 2023, el directorio se reunió en tres oportunidades con la empresa de auditoría externa y se trataron, entre otras materias, temas relacionados con los estados financieros de la Compañía, resultados de la revisión del informe 20-F, aspectos relevantes de la auditoría y situación de control interno de la Sociedad.

Asimismo, el directorio se reunió en dos oportunidades con el área de auditoría interna, donde se trataron temas tales como la planificación de los procesos de auditoría para el año 2023, la renovación de la certificación del modelo de prevención de delitos y los resultados de la auditoría interna de cada una de las operaciones de la Compañía, entre otros.

Finalmente, durante el año 2023, el directorio se reunió en una oportunidad con el área de Control de Gestión, Riesgos y Sustentabilidad, donde se expuso la situación de la Compañía en dichas materias, el plan de trabajo y las oportunidades de mejora.



Principales ejecutivos  
CMF 3.4.I, 3.4.II

El Equipo Directivo o grupo de principales ejecutivos reporta al Directorio a través de su ejecutivo máximo, el Vicepresidente Ejecutivo, de quien dependen los Gerentes Corporativos de diversas áreas funcionales (Administración y Finanzas, Legal, Planificación Estratégica, Recursos Humanos y Tecnologías de la información), y los Gerentes Generales de cada una de las Operaciones (en Argentina, Brasil, Chile y Paraguay).

El Vicepresidente Ejecutivo es el responsable máximo ante el Directorio de cumplir con los objetivos estratégicos que el Directorio establezca. Los Gerentes Corporativos de Coca-Cola Andina tienen como objetivo asegurar la creación sustentable de valor, en un marco de transparencia, ética y responsabilidad empresarial. Los Gerentes Generales son los responsables de la administración inmediata de los negocios propios de cada una de las Operaciones.

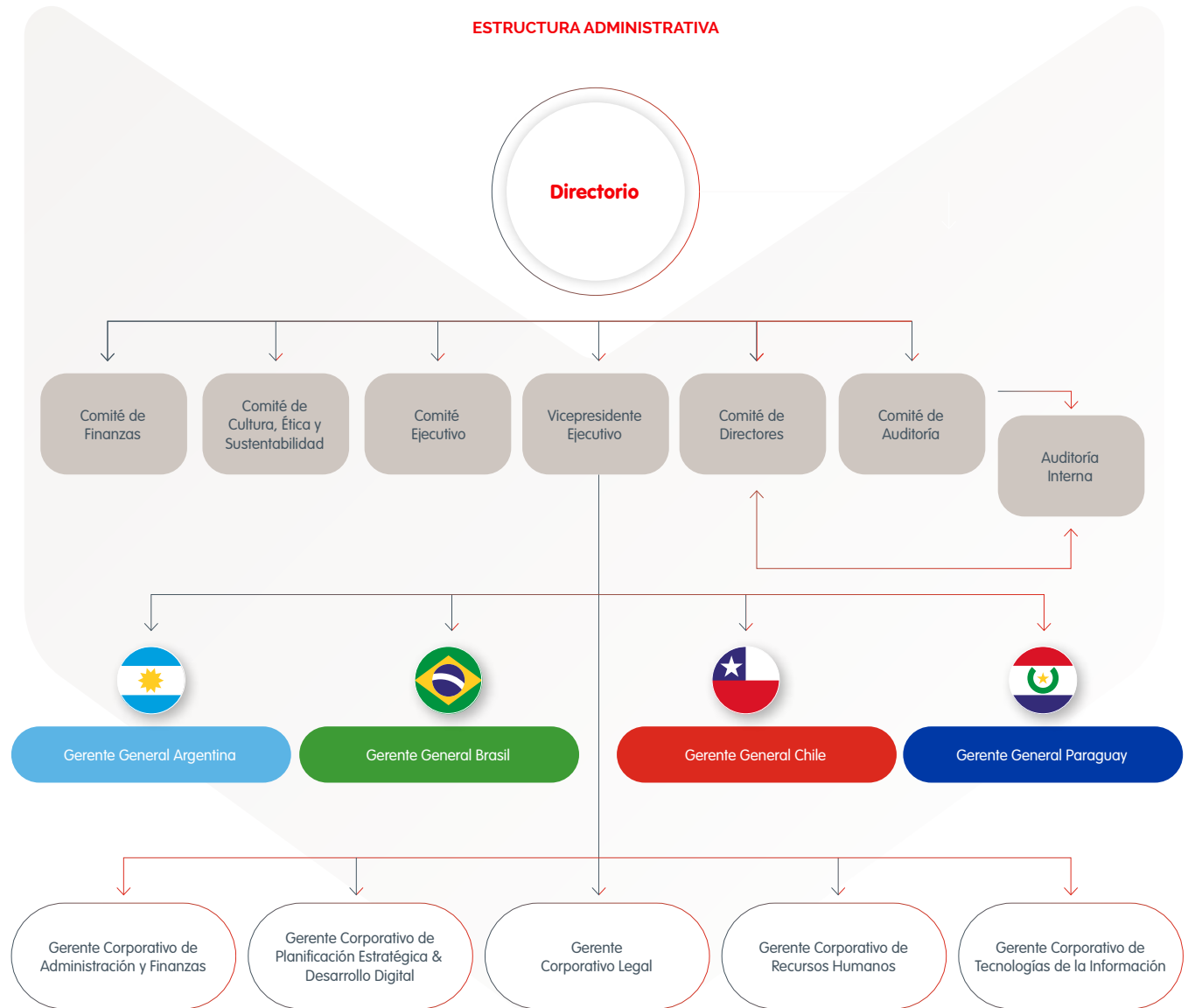


**10**  
Ejecutivos

**6**  
Chilenos

**4**  
Extranjeros

**ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA**







**MIGUEL ÁNGEL PEIRANO**

**Vicepresidente Ejecutivo**

Ingeniero Eléctrico  
En el cargo desde el 2 de enero de 2012  
RUT 23.836.584-8

Ingeniero Electrónico del Instituto Tecnológico de Buenos Aires; tiene estudios de posgrado en Harvard Business School y Stanford University. Previamente se desempeñó como Senior Engagement Manager en McKinsey & Company y fue Presidente de Coca-Cola Femsa Mercosur.

**ANDRÉS WAINER**

**Gerente Corporativo de Administración y Finanzas**

Economista  
En el cargo desde el 2 de noviembre de 2010  
RUT 10.031.788-5

Ingeniero Comercial con mención en Economía de la Pontificia Universidad Católica de Chile; cuenta con un Máster en Finanzas de The London Business School. Ingresó a la Compañía en 1996 y desde 2010 es Gerente Corporativo de Administración y Finanzas. Antes se desempeñó como Gerente de Desarrollo en Coca-Cola Andina Argentina, Gerente de Administración y Finanzas en Coca-Cola Andina Chile y luego, como Gerente Corporativo de Estudios y Desarrollo.

**FERNANDO JAÑA**

**Gerente Corporativo de Planificación Estratégica & Desarrollo Digital**

Ingeniero Civil Industrial  
En el cargo desde el 2 de mayo de 2019  
RUT 12.167.257-K

Ingeniero Civil Industrial de la Universidad Adolfo Ibáñez, se especializó en las áreas de Consumo Masivo y Retail. Cuenta con un Master en Logistics and Supply Chain Management en The University of Sydney, Australia. Ingresó a la Compañía en 2014 y desde 2019 ocupa su cargo actual. Fue Gerente General de Coca-Cola del Valle, Gerente de Innovación y Proyectos en Coca-Cola Andina Chile, Gerente de e-Commerce en Cencosud Supermercados y Gerente de Logística y Distribución en CCU. También se ha desempeñado como docente e investigador en la Universidad Adolfo Ibáñez.

**JAIME COHEN**

**Gerente Corporativo Legal**

Abogado  
En el cargo desde el 1 de septiembre de 2008  
RUT 10.550.141-2

Abogado, Universidad de Chile. LL.M., University of Virginia, U. Va, Estados Unidos. Previamente fue Gerente de Asuntos Legales en Socovesa S.A. (2004-2008); Abogado de Banca Corporativa en Citibank N.A., Chile Branch (2000-2004); International Associate en Milbank, Tweed, Hadley & McCloy, New York (2001-2002); Abogado Asociado en Cruzat, Ortúzar & Mackenna, Baker & McKenzie (1996-1999); y Abogado del área Asesoría Financiera e Inmobiliaria en Banco Edwards (1993-1996).

**GONZALO MUÑOZ**

**Gerente Corporativo de Recursos Humanos**

Contador Auditor  
En el cargo desde el 2 de enero de 2015  
RUT 7.691.376-5

Contador Auditor de la Universidad de Chile; a lo largo de su carrera profesional se especializó en las áreas de Recursos Humanos, Finanzas, General Management y Trade Marketing. Antes fue Director de Finanzas, Gerente General y Director de Recursos Humanos en diversos países de Latinoamérica para British American Tobacco. También se ha desempeñado como profesor titular de Marketing en la Universidad de Chile.

**MARTÍN IDÍGORAS**

**Gerente Corporativo de Tecnologías de la Información**

Ingeniero en Sistemas  
En el cargo desde el 5 de noviembre de 2018  
RUT 22.526.397-3

Licenciado en Sistemas de la Universidad John F. Kennedy en Argentina, con especialización en Tecnologías de la Información. Antes trabajó por 18 años en Cencosud. Durante ese tiempo se desempeñó como CIO para la División Home Improvement (2015-2018), Gerente Regional Center of Expertise SAP (2014-2015) y CTO Regional (2010-2014). También trabajó en distintas posiciones de Tecnología en las empresas Correo Argentino y Arcor.



Gerentes  
Generales  
y Equipos  
ejecutivos por  
país

CMF 3.4.1



### FABIÁN CASTELLI

#### Gerente General

Ingeniero Industrial  
En el cargo desde el 1 de abril de 2014  
DNI 17.744.981

Ingeniero Industrial de la Universidad Nacional de Cuyo, con especialización en el Programa de Desarrollo Directivo en IAE, Argentina, y en Donald R. Keough System Leadership Academy. Ingresó a la Compañía en 1994 y desde 2014 es Gerente General de Coca-Cola Andina Argentina. Previamente ocupó los cargos de Jefe del Departamento de Ventas de Mendoza, Gerente de Desarrollo Comercial y Planificación, Gerente de Marketing y Gerente Comercial. También es director de AdeS en Argentina, Vicepresidente de la Asociación de Fabricantes Argentinos de Coca-Cola (AFAC) y Miembro de la Cámara Argentina de Industria de Bebidas sin Alcohol.



### RENATO BARBOSA

#### Gerente General

Economista  
En el cargo desde el 2 de enero de 2012  
CPF 183.430.901-87

Economista de la Universidade do Distrito Federal, Brasil, con especialización en Negocios. Pos Graduação em Negócios-FGV São Paulo, Brasil / MBA Marketing FGV Rio de Janeiro, Brasil. Ingresó a la Compañía en 2012 como Gerente General de Coca-Cola Andina Brasil. Antes ocupó el cargo de Gerente General de Brasal Refrigerantes (embotellador de Coca-Cola de la zona centro-este de Brasil).



### JOSÉ LUIS SOLÓRZANO

#### Gerente General

Ingeniero Comercial  
En el cargo desde el 1 de abril de 2014  
RUT 10.023.094-1

Ingeniero Comercial de la Universidad Adolfo Ibáñez, con especialización en las áreas de Marketing y Finanzas. Ingresó a la Compañía en 2003 y desde 2014 es Gerente General de Coca-Cola Andina Chile. Antes ocupó los cargos de Gerente General de Coca-Cola Andina Argentina y Gerente Comercial de Coca-Cola Andina Chile. Previo a ello fue Gerente Comercial de Coca-Cola Polar.



### FRANCISCO SANFURGO

#### Gerente General

Ingeniero Mecánico  
En el cargo desde el 1 de enero de 2005  
RUT 7.053.083-K

Ingeniero Mecánico de la Universidad de Concepción, con especialización en Administración de Proyectos en la Universidad Adolfo Ibáñez. Ingresó a la Compañía en 1988 y desde 2005 es Gerente General de Coca-Cola Paresa. Con anterioridad se desempeñó como Gerente de Dimetral Comercial en Punta Arenas, Gerente de Sucursal Punta Arenas de Citicorp y Gerente General de Cervecería Austral en Punta Arenas.

#### Fernando Ramos

Gerente de Administración y Finanzas

#### Paola Rolando

Gerente de Recursos Humanos

#### Pablo Bardin

Gerente Operaciones

#### Santiago López Novotny

Gerente de Supply Chain y Logística

#### Diego Garavaglia

Gerente Comercial

#### Ariel Molina

Gerente de Legales

#### Daniel Caridi

Gerente General Andina  
Empaques Argentina S.A.

#### Marcio Baully

Gerente Ventas

#### Rodrigo Klee

Gerente de Operaciones

#### David Parkes

Gerente de Administración y Finanzas

#### Max Ciarlini

Gerente de Recursos Humanos

#### Fernando Fragata

Gerente Legal y de Relaciones Institucionales

#### Isabel Salvador

Gerente de Marketing

#### Alejandro Zalaquett

Gerente de Administración y Finanzas

#### Rodrigo Ormaechea

Gerente de Crecimiento, Estrategia y  
Transformación Digital

#### Rodrigo Marticorena

Gerente de Personas

#### Pia Fertilio

Gerente Asuntos Legales y Regulatorios

#### Alejandro Vargas

Gerente de Operaciones

#### Rodolfo Peña

Gerente de Mercado

#### Luz De María González

IT Business Manager

#### Álvaro Félix Rio García

Gerente de Alcoholes

#### Alejandro Nahmías\*

Gerente de Finanzas

#### Melina Bogado

Gerente Comercial

#### Leonardo Calvete

Gerente Calidad

#### Maria Teresa Llamosas

Gerente de Recursos Humanos

#### Alejandro Varas

Gerente Producción

#### Julio Fiandro

Gerente de Logística & Supply Chain

#### Ángel Almada

Gerente PAC (Asuntos Públicos y  
Comunicaciones)

#### Rafael Ramos

Gerente de Mantenimiento

Reportes  
a su cargo



\*El Sr. Eduardo Yulita se desempeñó como Gerente de Finanzas hasta el 31 de diciembre de 2023.

## POLÍTICA DE REMUNERACIONES DE PRINCIPALES EJECUTIVOS

GRI 2-20 | CMF 3.4.III, 3.4.IV, 3.6.XI, 3.6.XII

El Comité de Directores es el órgano a cargo de revisar los modelos de remuneraciones y planes de compensación de gerentes, principales ejecutivos y trabajadores de la Compañía. Esta revisión cuenta con la asesoría de empresas externas, se efectúa a lo menos una vez al año, y no contempla la participación de los accionistas ni de otros grupos de interés. La Compañía no cuenta con un Comité de Remuneraciones independiente.

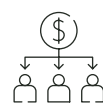
Los planes, que se adaptan al contexto de cada mercado, están compuestos por una remuneración fija y un bono por desempeño, con montos que difieren según el cargo y/o responsabilidad ejercida. Los bonos por desempeño se pagan siempre que se cumplan las metas personales previamente definidas para la Compañía y cada ejecutivo en particular. En el caso del Vicepresidente Ejecutivo, su bono por desempeño varía, principalmente, por el EBITDA ajustado consolidado<sup>1</sup>. En tanto, el de los Gerentes Corporativos, se calcula según el EBITDA ajustado consolidado<sup>2</sup> en pesos chilenos, junto con metas individuales, según lo defina el Vicepresidente Ejecutivo.

En el caso de algunos ejecutivos, una parte del pago del bono por desempeño es diferido hasta cinco años e indexado al precio de la acción de la Compañía. Este esquema de

compensaciones también incluye bonos de permanencia para algunos ejecutivos que cumplen determinados plazos en sus respectivos cargos o funciones.

Por último, en la remuneración variable de los Gerentes Generales de las operaciones influyen diversos factores, principalmente, el EBITDA ajustado consolidado generado por su operación en moneda local; el EBITDA ajustado consolidado en pesos chilenos; la participación de mercado y flujo de caja operacional en moneda local; los indicadores de sostenibilidad -consumo de agua, porcentaje de resina reciclada en botellas en las operaciones que aplica y el porcentaje de retornabilidad sobre volumen NARTD<sup>2</sup> y las metas asociadas al desarrollo digital, entre otras. El Vicepresidente Ejecutivo puede también incluir metas individuales, si lo considera conveniente. Los Gerentes Generales, por su parte, comunican los indicadores respectivos a los gerentes de línea, según la naturaleza de sus funciones.

Ninguno de los ejecutivos principales tiene participación en la propiedad de la Compañía.



Remuneraciones a principales ejecutivos en 2023

CMF 3.4.II, 3.4.III

Ch\$  
**6.846**  
millones

**Remuneraciones fijas pagadas a principales ejecutivos.**  
(2022 Ch\$5.406 millones)

Ch\$  
**3.546**  
millones

**Remuneraciones por bonos de desempeño pagadas a principales ejecutivos.**  
(2022 Ch\$3.400 millones)

Ch\$  
**0**  
pesos

**Indemnizaciones por años de servicio pagadas a principales ejecutivos.**  
(2022 Ch\$0)

(<sup>1</sup>) EBITDA ajustado consolidado: comprende los rubros ingresos ordinarios, costos de ventas, costos de distribución y gastos de administración, incluidos en los Estados Financieros presentados a la Comisión para Mercado Financiero y que se determinan de acuerdo con IFRS, más depreciación.

(<sup>2</sup>) NARTD: Non Alcoholic Ready To Drink

# PREVENCIÓN DE DELITOS Y PRÁCTICAS CORRUMPTAS

GRI 205-1 | CMF 3.1.III, 8.1.5



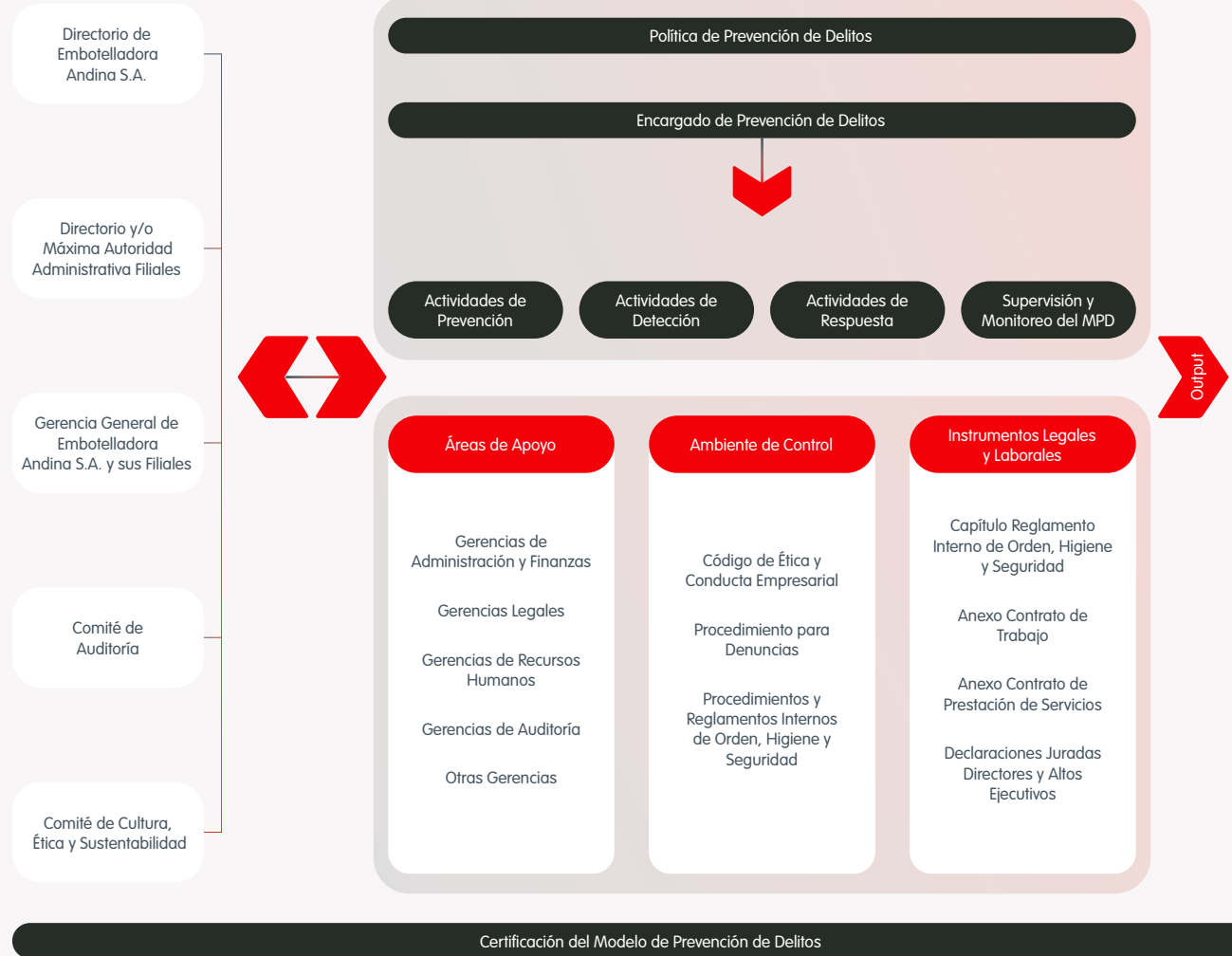
## MODELO DE PREVENCIÓN DE DELITOS (MPD)

CMF 3.1.III, 3.6.XIII

A través de su Política Corporativa de Prevención de Delitos y Prácticas Corruptas, la Compañía define la normativa que enmarca al Modelo de Prevención de Delitos, cuyo propósito es gestionar y supervisar la prevención de delitos y prácticas corruptas. Esto se ejecuta a través de programas que promueven las conductas respetuosas con la legislación.

Este Modelo, que se actualiza permanentemente a fin de integrar los cambios que va incorporando el legislador, tiene un alcance que va desde los directores y la alta administración, hasta los terceros contratistas de la Compañía, de todos los territorios franquiciados.

Actualmente, la Compañía se encuentra actualizando, en conjunto con asesores externos, su Modelo de Prevención de Delitos, de manera de ajustarlo a las nuevas modificaciones que ha incorporado el legislador.



Reportes (Directorio - Comité de Auditoría - Áreas Responsables) Denuncias (Justicia, Ministerio Público o Policía)



A fin de dar transparencia al proceso, el Modelo de Prevención de Delito es auditado de manera continua y certificado por una entidad externa, autorizada por la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), obteniendo la última certificación en diciembre de 2022 y con una vigencia de dos años.

El foco de este modelo es la prevención de conductas sancionadas por la Ley N°20.393 -incluyendo sus modificaciones- y de prácticas corruptas en general, y su finalidad es la implementación de los programas de cumplimiento normativo en toda la Compañía. Para esto, el Directorio designa a un encargado, responsable de auditar, fiscalizar y actualizar este modelo, estableciendo junto a la administración, los métodos para la aplicación efectiva del mismo y su supervisión.

Este modelo contempla distintas normativas vigentes anticorrupción, tales como la Ley de Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas de Chile (Ley N°20.393 y sus modificaciones), la Foreign Corrupt Practices Act de los Estados Unidos de Norteamérica (FCPA) y aquellas leyes similares que le sean aplicables como, por ejemplo, la Ley 27.401 de Responsabilidad Penal Aplicable a Personas Jurídicas de Argentina.

Coca-Cola Andina se compromete a velar por el cumplimiento de todas las leyes anticorrupción, por lo cual se regula la relación con funcionarios públicos, donaciones (tanto con fines sociales y de beneficencia como aportes a partidos políticos y candidatos), relación con contratistas y proveedores. Todas las personas que actúen en representación de la Compañía no deben ofrecer, prometer o consentir en dar a un funcionario público o privado, ya sea chileno o extranjero, un beneficio económico indebido bajo ningún pretexto o circunstancia y por ningún medio. Asimismo, los colaboradores deben cuidar que el dinero o bienes de la Compañía o la celebración de actos y contratos, en ningún caso sean utilizados para fines ilegales y/o constitutivos de delito, debiendo reportar las situaciones identificadas en tal sentido, a su superior jerárquico.

Respecto a la relación con funcionarios públicos, la Compañía solo autoriza a tomar contacto con ellos al Vicepresidente Ejecutivo de la Compañía, Gerentes Generales de sus cuatro operaciones, o a quienes estos expresamente autoricen en Argentina, Brasil, Chile y Paraguay.

### CONFLICTOS DE INTERÉS

GRI 2-15 | CMF 3.1.III

La Política Corporativa de Conflictos de Interés incorpora un modelo de acción que busca prevenir y mitigar los riesgos asociados a situaciones donde existan conflictos de interés. Además, Coca-Cola Andina identifica a sus organismos relacionados a través de una declaración formal a directores y parte de sus ejecutivos, la que queda bajo reserva.



### CANAL DE DENUNCIAS ANÓNIMAS

GRI 2-16, 2-26 | CMF 3.2.XII.C, 3.6.IX

A fin de recibir, evaluar e investigar denuncias de trabajadores y terceros en general, en ámbitos relacionados a la contabilidad y auditoría, así como posibles infracciones a las normas de anticorrupción, el Comité de Directores y Auditoría de Embotelladora Andina S.A. solicitó la creación de un Canal de Denuncias Anónimas en el sitio web corporativo. Este garantiza el anonimato de los denunciantes quienes pueden acceder con un código al estado de su denuncia.

El acceso a las denuncias recibidas es para todos los miembros del Directorio, quienes pueden tener dicha información sin restricciones, de forma inmediata y permanente, desde cualquier lugar.

Cabe mencionar que, si bien la gran mayoría de las denuncias recibidas a través de este canal no se relacionan con los ámbitos para los cuales fue desarrollado, estas son igualmente revisadas e investigadas, según naturaleza y gravedad. Del total de denuncias recibidas en 2023, 88 fueron investigadas y cerradas, y 20 están en proceso de revisión.



Cantidad de denuncias anonimas por temática  
GRI 2-16

108  
Total

0 Corrupción	3 Conflictos de interés	10 Violación de políticas	0 Datos de privacidad del cliente
32 Acoso laboral	1 Discriminación	2 Medioambiente, seguridad y salud	0 Relación con pueblos indígenas
11 Acoso sexual	1 Derechos humanos	0 Uso de información privilegiada	48 Otros



**La Administración de Coca-Cola Andina ha realizado las siguientes acciones como respuesta a las diferentes denuncias recibidas durante 2023 a través del Canal de Denuncias Anónimas:**

- ▶ Refuerzos de comunicación y capacitaciones institucionales.
- ▶ Análisis de ambiente laboral y comportamiento en la Compañía.
- ▶ Reasignaciones de cargos de colaboradores.
- ▶ Investigaciones e informes de Auditoría Interna.
- ▶ Visitas a terreno.
- ▶ Análisis de comportamientos según Código de Ética de la Compañía.
- ▶ Análisis y comparación de performance de canales de ventas denunciados.
- ▶ Implementación de programas de coaching.
- ▶ Análisis de los fundamentos de desvinculación por reestructuración sin motivos personales.
- ▶ Investigaciones.
- ▶ Reorganización de procesos y confección de nuevos flujos de trabajo.



# PRINCIPALES POLÍTICAS Y LINEAMIENTOS

GRI 2-23, 2-24, 205-2 | CMF 3.1.I, 8.1.4

Buscando reforzar las prácticas del Gobierno Corporativo y asegurar su buen funcionamiento, contamos con políticas y normas corporativas que se perfeccionan permanentemente y que son obligatorias para toda la Organización. La aplicación de estas normas es monitoreada por Auditoría Interna, con el fin de registrar el grado de cumplimiento y presentar los resultados al Comité de Directores y Auditoría. Las principales políticas son publicadas en nuestro sitio web, para acceso y conocimiento de los grupos de interés. Sin perjuicio de esto, todas las políticas y normas están publicadas y son accesibles para los colaboradores de la Compañía.

Políticas y códigos de Gobierno Corporativo



Los siguientes extractos representan las políticas y normas más relevantes de la Compañía por ámbito.



## Manual de Gobierno Corporativo

CMF 3.1.I

Es el que permite gestionar eficientemente las relaciones entre los entes que administran la Compañía en su función de dirección y el modelo de control establecido para la obtención de los resultados económicos, sociales y ambientales para los diversos públicos de interés. De esta forma, el Manual define e implementa estructuras, funciones y metodologías de administración, gestión y control, así como planes para incorporar a la cultura de la Compañía y a su funcionamiento estas pautas, como condición para el logro de los objetivos de eficiencia operacional y las metas estratégicas.



## Política Corporativa de Diversidad del Directorio

CMF 3.1.VI

El objetivo de esta Política es establecer en términos generales las condiciones y cualidades que deberían considerar los accionistas de la Compañía en las propuestas que ellos hagan para ocupar el cargo de director de Coca-Cola Andina.

La presente Política busca mitigar posibles barreras de género, sociales o culturales que pudieran inhibir de algún modo la natural diversidad de capacidades, experiencias, visiones, características y condiciones que deben primar en el Directorio de la Compañía, las que permitan velar de mejor forma por la sostenibilidad del negocio y agregar valor en el largo plazo.



## Código de Ética y Conducta Empresarial

CMF 3.6.VII

Conjunto de principios y conductas éticas que sirven de guía de comportamiento a todos los empleados, ejecutivos, miembros del Directorio y terceros que actúen en su representación. Regula materias como los conflictos de intereses, información contable, préstamos internos, fraude, tratos con funcionarios públicos, clientes y proveedores, contribuciones políticas y humanitarias, Ley 20.393 y Comité de ética, entre otras.



## Política Corporativa de Libre Competencia en los Mercados

CMF 3.1.III, 8.1.4

La libre competencia en los mercados es un pilar fundamental en nuestra forma de hacer negocios. Es política de Coca-Cola Andina cumplir plenamente con la normativa que rige la libre competencia de los mercados que, en términos generales, sanciona a quien ejecute cualquier hecho, acto o convención que impida, limite, restrinja o entorpezca la libre competencia o que tienda a producir dichos efectos, o que constituya un abuso de posición dominante en un mercado de modo que pueda resultar perjudicial para el interés económico general.

### Política Corporativa de Prevención de Delitos y Prácticas Corruptas

GRI 205-2 | CMF 3.1.III

El objetivo de este documento es establecer los lineamientos en los cuales se sustenta la adopción, implementación y operación del Modelo de Prevención de Delitos de la Compañía y sus Filiales.

### Política Corporativa de Regalos y Atenciones

CMF 3.1.III

El objetivo de esta Política es mitigar el riesgo de corrupción asociado al ofrecimiento y la aceptación de regalos y/o atenciones.

### Política Corporativa de Donaciones

Salvaguarda los intereses de la Compañía, en cuanto a prevenir que se vea involucrada en situaciones corruptas producto de donaciones. Toda donación debe cumplir con esta Política, independientemente del monto y su naturaleza.

### Procedimiento de Denuncias Anónimas

CMF 8.1.5

Aborda los procedimientos y competencias para recibir, evaluar e investigar denuncias de empleados y terceros en general, en materia de contabilidad, controles contables o asuntos de auditoría; así como también, relacionadas con eventuales infracciones a las normas anticorrupción que pudieren ocurrir al interior de Embotelladora Andina S.A. En este procedimiento se establece que, consistentemente con las políticas de la Compañía, ningún miembro podrá tomar o intentar tomar represalias directa o indirectamente, contra cualquier persona que formule una denuncia de buena fe.

### Política Corporativa de Derechos Humanos

CMF 2.1, 3.1.II, 3.6.I, 4.2

La Política de Derechos Humanos de Coca-Cola Andina se guía por los principios internacionales de derechos humanos que se incluyen en la Declaración Universal de Derechos Humanos, la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo relativa a los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo, el Pacto Global de las Naciones Unidas y los Principios rectores sobre los derechos humanos y negocios de las Naciones Unidas.

### Política Corporativa de no Discriminación y Acoso, por la Persona, la Diversidad e Inclusión

CMF 3.1.VII, 5.5

El propósito de esta Política es avanzar en la integración de la diversidad y la inclusión, priorizando el respeto a la dignidad de cada persona, independientemente de su raza, sexo, procedencia, edad, religión, estado civil, orientación sexual, discapacidad, condición de veteranía, educación, experiencia vital, opiniones, ideas y creencias. Además, busca prevenir y gestionar el acoso laboral y sexual, en todas sus formas.

Políticas y códigos de recursos humanos



Políticas y códigos de prevención de delitos



Otras políticas de interés



### Gobierno

- ◀ Reglamento Comité de Auditoría.
- ◀ Política de Habitualidad.
- ◀ Política Corporativa de Delegación de Autoridad.
- ◀ Código de Ética Proveedores y Terceros.
- ◀ Política Corporativa de Administración de Conflicto de Intereses y Operaciones con Partes Relacionadas.
- ◀ Política Corporativa de Sustentabilidad.
- ◀ Política Corporativa de Gestión Medioambiental.
- ◀ Política Corporativa de Pérdida de Bebidas y Alimentos.
- ◀ Política Corporativa de Comunicaciones Externas.
- ◀ Manual de Manejo de Información Privilegiada y de Información de Interés para el Mercado.
- ◀ Política Corporativa de Otorgamiento de Poderes.
- ◀ Política Corporativa de Gestión de Riesgos.
- ◀ Marco de Administración de las Políticas Corporativas.

### Finanzas y contabilidad

- ◀ Políticas Contables.
- ◀ Política Corporativa de Sistema de Control Interno.
- ◀ Política Corporativa de Inversiones Financieras y Financiamiento.
- ◀ Política Corporativa de Otorgamiento de Créditos.
- ◀ Política Corporativa de Coberturas de Monedas para Compras de Materias Primas.
- ◀ Política Corporativa Tributaria.
- ◀ Política Corporativa de Compras e Inversiones.
- ◀ Política Corporativa de Presupuesto Anual.
- ◀ Política Corporativa de Seguros.

### Recursos humanos

- ◀ Política Corporativa de Compensaciones.
- ◀ Política Corporativa de Movimientos Internacionales de Personas.
- ◀ Política Corporativa de Desempeño.
- ◀ Política Clawback.



# MODELO DE GESTIÓN DE RIESGOS

Coca-Cola Andina cuenta con un Modelo de Gestión de Riesgos que alcanza a todas las operaciones y colaboradores de la Compañía y promueve una cultura donde todos son responsables de esta gestión.

## ESTRATEGIA DE GESTIÓN DE RIESGOS

La estrategia de gestión de riesgos busca desarrollar cultura y procesos para la gestión de los riesgos relevantes del negocio, de modo que, si dichos riesgos se materializan, el impacto sea administrable y existan planes para ello.

## POLÍTICA Y METODOLOGÍA

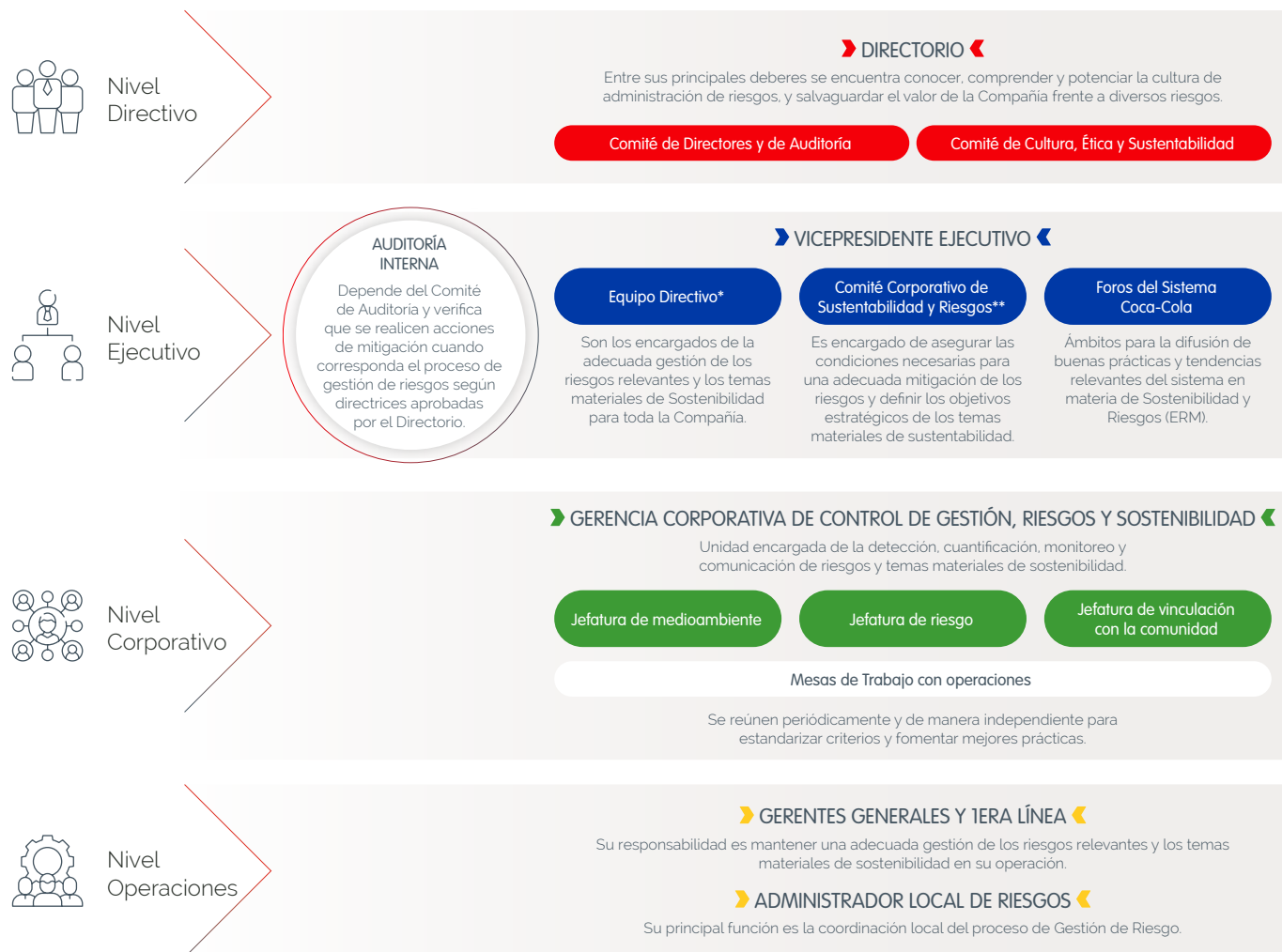
CMF 3.6.I

El Modelo de Gestión de Riesgos está basado en un cuerpo normativo aplicable a toda la Compañía, integrado por una política que establece la gobernanza y por metodologías que proporcionan un lenguaje común para todas las operaciones, facilitando la confección de los mapas de riesgos, su monitoreo y reporte a la alta administración y al Directorio.

En la definición de la política y metodología, la Compañía se guía por los principios, directrices y recomendaciones del Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway (COSO) y, específicamente, en el caso de los riesgos relacionados al cambio climático, por Task Force on Climate-related Financial Disclosure (TCFD).

## GOBERNANZA PARA GESTIÓN DE RIESGOS Y SUSTENTABILIDAD

GRI 2-14 | CMF 3.2.VI, 3.6.IV, 3.6.V, 3.6.VI



\*Compuesto por el Vicepresidente Ejecutivo, los Gerentes Corporativos y Gerentes Generales de las operaciones.

\*\*El Comité Corporativo de Sustentabilidad y Riesgos está integrado por: Vicepresidente Ejecutivo, Gerente Corporativo Legal, Gerente Corporativo de Administración y Finanzas, Gerente Corporativo de Recursos Humanos, Gerente Corporativo de Planificación Estratégica & Desarrollo Digital y Gerente de Control de Gestión, Riesgo y Sustentabilidad Corporativa, como Secretaria Ejecutiva.

### PROCESO DE GESTIÓN DE RIESGOS

CMF 3.6.III, 3.6.VI



#### Identificación y valoración de los riesgos y su severidad

Valiéndose de análisis de contexto, divulgaciones o conferencias internas y externas al sistema Coca Cola y el proceso de presupuesto anual, la Compañía identifica riesgos y los organiza en pilares o subcategorías. Para cada riesgo se estima la probabilidad de ocurrencia y el impacto permitiendo así establecer la criticidad o severidad local y específica de cada riesgo para priorizar luego su gestión.



#### Identificación y valoración de planes de mitigación

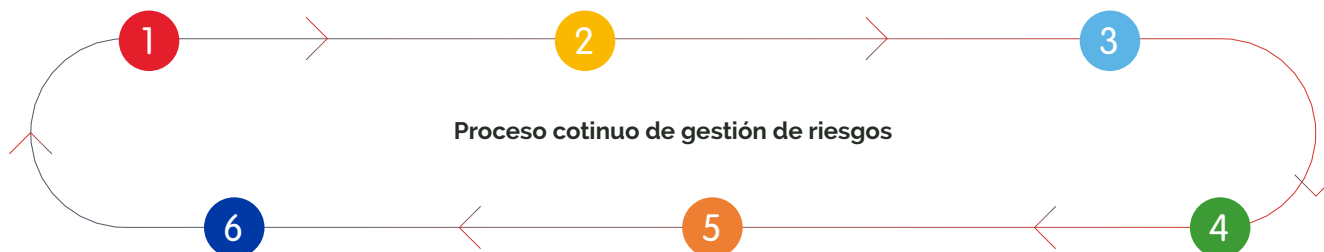
Este paso contempla el diseño, implementación y análisis detallado de las acciones mitigantes. Para cada una se valora la contribución en disminuir la probabilidad de ocurrencia y/o el impacto de los riesgos identificados.



#### Determinación de la exposición al riesgo

Se determina a continuación la exposición al riesgo o riesgo residual, aquel que persiste después de que las Operaciones han puesto en práctica sus acciones mitigantes.

En función de la severidad de cada riesgo y su exposición se definen las acciones a seguir y su grado de urgencia.



#### Análisis crítico y Mejora Continua

Mediante instancias de coordinación, mesas de trabajo, análisis crítico y Benchmarking entre operaciones, se busca identificar sinergias y promover la extensión de buenas prácticas relativas a la mitigación de riesgos así como la resiliencia del modelo de negocio.



#### Monitoreo y relevamiento

De forma permanente los administradores de riesgos monitorean los riesgos y sus controles para mantener una adecuada continuidad y calidad de las acciones mitigantes.

Auditoría Interna por su parte, verifica los procesos de riesgos y las acciones de mitigación y emite informes de sus hallazgos. Para cerrar las brechas, los responsables definen planes de acción cuyos estados de avance son monitoreados periódicamente.



#### Reporte y validación del plan de respuesta al riesgo

Una vez identificados los riesgos, controles y exposición efectiva, los resultados son escalados al nivel Corporativo y al Directorio para validar las acciones de mitigación, los riesgos residuales remanentes, y definir el desarrollo de nuevas mitigaciones si fuera necesario.



### CAPACITACIÓN EN GESTIÓN DE RIESGOS

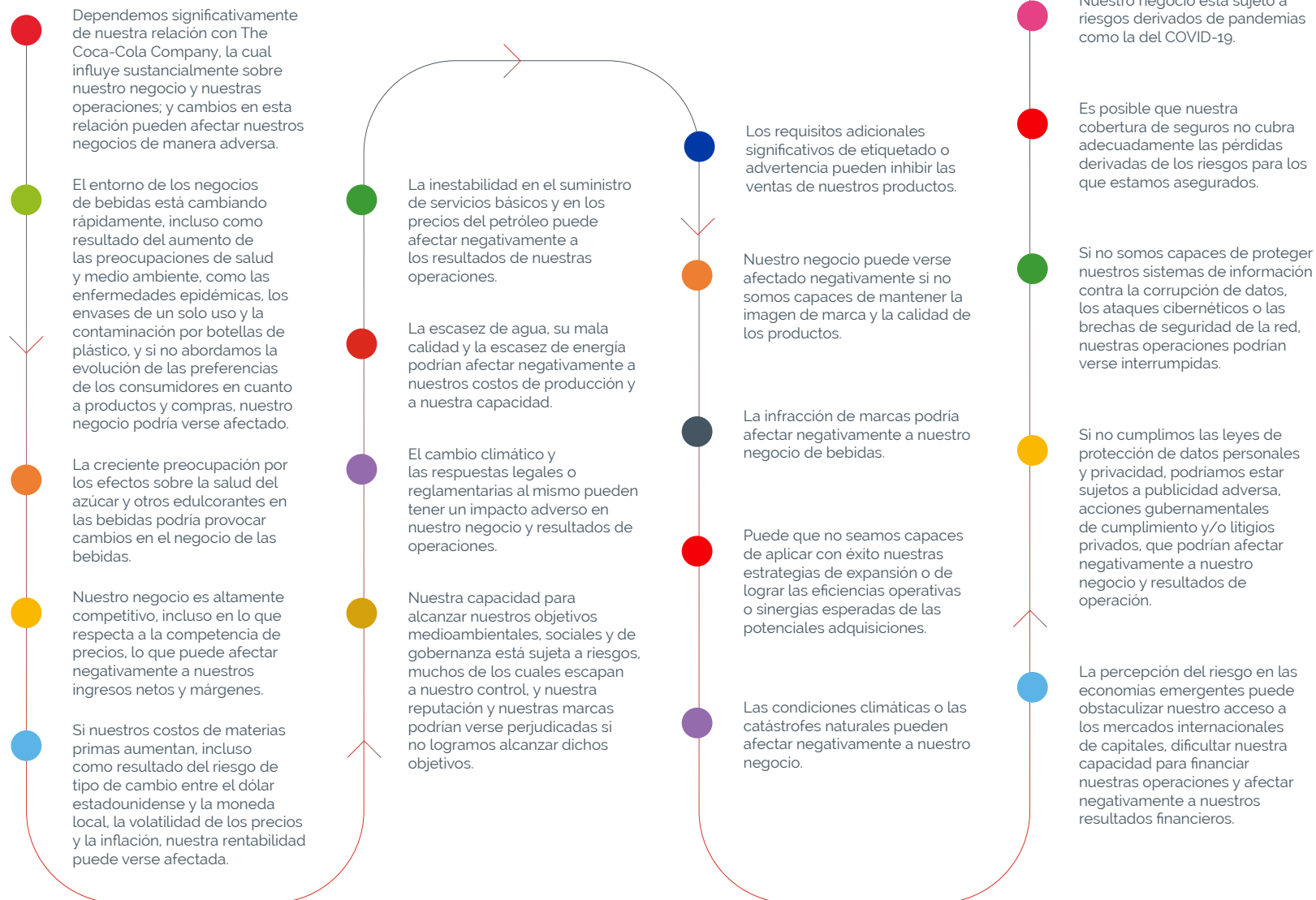
CMF 3.6.VIII

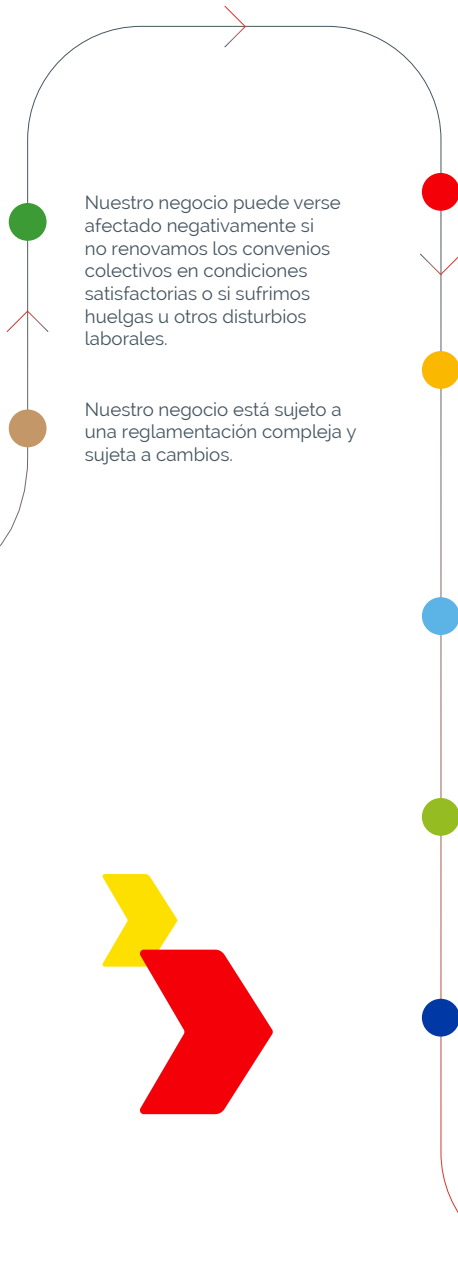
**CON EL FIN DE PROMOVER UNA CULTURA DE RIESGO EFECTIVA DURANTE 2023, MÁS DE 2.000 COLABORADORES FUERON CAPACITADOS EN GESTIÓN DE RIESGOS ESPECÍFICOS COMO: CONFLICTOS DE INTERÉS, INFORMACIÓN PRIVILEGIADA, REGALOS Y LIBRE COMPETENCIA ENTRE OTROS PARA INCORPORAR ASÍ LA CAPACIDAD DE DETECTAR MATERIALIZACIONES DE RIESGOS Y CÓMO RESPONDER A ELLAS. ASIMISMO, UN CENTENAR DE COLABORADORES FUERON CAPACITADOS SOBRE LOS PRINCIPIOS DE GESTIÓN DE RIESGOS.**

## RIESGOS RELEVANTES DEL NEGOCIO

GRI 2-25, 205-1, 306-1 | CMF 3.6.II, 3.6.II.A, 6.2.VIII

A continuación, se presenta un resumen de los principales riesgos que afectan al negocio





Nuestro negocio puede verse afectado negativamente si no renovamos los convenios colectivos en condiciones satisfactorias o si sufrimos huelgas u otros disturbios laborales.

Nuestro negocio está sujeto a una reglamentación compleja y sujeta a cambios.

Nuestro negocio está sujeto a una normativa medioambiental cada vez más estricta, que puede provocar un aumento de nuestros costos de operación o cambios adversos en la demanda de los consumidores.

Si fuéramos objeto de sentencias o resoluciones adversas en procedimientos judiciales en los que seamos o podamos llegar a ser parte, nuestra rentabilidad futura podría verse afectada por responsabilidades significativas, una reducción de las ventas, un aumento de los costos o daños a nuestra reputación.

Las sentencias o resoluciones adversas en procedimientos tributarios en los que somos, o podemos llegar a ser, parte, pueden tener un impacto material adverso en nuestro negocio y resultados de operaciones.

Los países en los que operamos pueden adoptar nuevas leyes tributarias o modificar las existentes o sus interpretaciones, para aumentar los impuestos aplicables a nuestro negocio o reducir los incentivos tributarios existentes.

Si no cumplimos con éxito las leyes y reglamentos diseñados para combatir la corrupción en los países en los que vendemos nuestros productos, podríamos vernos sujetos a multas, penalizaciones u otras sanciones reglamentarias, y nuestras ventas y rentabilidad podrían verse afectadas.

Puede que no seamos capaces de contratar o retener al personal clave.

Una devaluación de las monedas de los países donde tenemos nuestras operaciones, con respecto al peso chileno, puede afectar negativamente a los resultados reportados por la Sociedad en pesos chilenos.

La imposición de controles cambiarios podría restringir la entrada y salida de fondos hacia y desde los países en los que operamos, lo que podría limitar significativamente nuestra capacidad financiera.

Los desafíos e incertidumbres geopolíticos y de otro tipo a escala mundial podrían tener un efecto adverso importante en la economía mundial y en nuestro negocio.

La información negativa en las redes sociales y plataformas similares podría afectar negativamente a nuestra reputación.





**RIESGOS RELEVANTES DEL NEGOCIO SEGUN SITUACION LOCAL DE CADA OPERACIÓN**

CMF 3.6.II.; 3.6.II.A, 6.2.VIII



- ▶ Las operaciones de negocio dependen de las condiciones económicas de Argentina.
- ▶ La inestabilidad política y económica en Argentina puede repetirse, lo cual puede tener un efecto adverso significativo en las operaciones argentinas y en la condición financiera y resultados operacionales.
- ▶ La inflación en Argentina puede afectar negativamente las operaciones, lo cual podría afectar negativamente la condición financiera y resultados operacionales.
- ▶ El peso argentino está sujeto a depreciación y volatilidad, que podría afectar adversamente la condición financiera y resultados operacionales.
- ▶ El gobierno argentino ha impuesto, y puede imponer en el futuro, nuevas restricciones a la conversión de divisas y a las remesas al extranjero, lo que podría afectar la periodicidad y el importe de cualquier dividendo u otro pago que recibamos de nuestra filial argentina.
- ▶ La capacidad del gobierno argentino para obtener financiamiento de los mercados internacionales de capitales puede ser limitada o costosa, lo que puede afectar su capacidad para implementar reformas y fomentar el crecimiento económico.
- ▶ El gobierno puede decretar aumentos salariales para los empleados del sector privado, lo que podría aumentar nuestros costos operacionales y afectar los resultados de nuestras operaciones.
- ▶ Las medidas gubernamentales para prevenir o responder al malestar social pueden afectar negativamente a la economía argentina y a nuestro negocio.
- ▶ Las políticas de control de precios de gobiernos anteriores en Argentina, de reestablecerse en el futuro pueden tener un efecto material y adverso en los resultados de nuestras operaciones en Argentina.



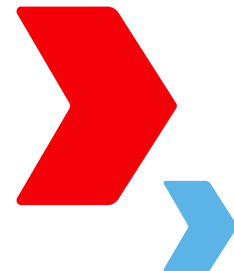
- ▶ El negocio en la operación de Brasil depende de las condiciones económicas de ese país.
- ▶ Las condiciones políticas, sociales y económicas históricamente volátiles en Brasil podrían afectar negativamente el negocio y los resultados de las operaciones.
- ▶ El real brasileño está sujeto a depreciación y volatilidad, lo que podría afectar negativamente el negocio, la condición financiera y los resultados de las operaciones.
- ▶ La inflación y las medidas del gobierno brasileño para frenar la inflación, incluyendo un aumento de las tasas de interés, pueden contribuir a incertidumbre económica.
- ▶ Los cambios en las leyes tributarias podrían aumentar la carga impositiva y reducir los incentivos tributarios y, como resultado, afectar negativamente la rentabilidad de la Empresa.
- ▶ Los procedimientos tributarios brasileños pueden dar lugar a una deuda tributaria significativa.



- ▶ El crecimiento y rentabilidad dependen de las condiciones económicas en ese país.
- ▶ Los disturbios civiles en Chile, el proceso de redacción de una nueva constitución y las condiciones sanitarias derivadas del COVID-19 han tenido y podrían tener en el futuro un efecto adverso significativo en las condiciones económicas generales de Chile y en nuestro negocio, resultados de operaciones y situación financiera.
- ▶ La evolución política de Chile podría generar inestabilidad.
- ▶ El peso chileno está sujeto a depreciación y volatilidad, lo que podría afectar negativamente el negocio.
- ▶ La inflación en Chile y las medidas del gobierno para contenerla pueden alterar el negocio y tener un efecto adverso sobre las condiciones financieras y los resultados operacionales.
- ▶ Un desastre natural grave, como un terremoto, un tsunami o incendios forestales en Chile podría afectar negativamente a la economía chilena y nuestra infraestructura de red.



- ▶ Las operaciones de negocio dependen de las condiciones económicas de Paraguay.
- ▶ La inflación en Paraguay puede tener un efecto adverso sobre las condiciones financieras y resultados operacionales.
- ▶ El guaraní paraguayo está sujeto a depreciación y volatilidad, que podría afectar adversamente la condición financiera y resultados operacionales.



**FACTORES DE RIESGO RELACIONADOS CON LOS ADRS Y ACCIONES**

CMF 3.6.II, 6.2.VIII

1. Los tenedores de ADRs pueden no disponer de derechos preferentes.
2. Los derechos de los accionistas no están tan bien definidos en Chile como en otras jurisdicciones, incluyendo EE. UU.
3. El mercado de las acciones puede ser volátil e ilíquido.

## RIESGOS Y OPORTUNIDADES ASOCIADOS AL CAMBIO CLIMÁTICO (MARCO TCFD)

GRI 201-2 | CMF 3.1.II, 3.2.VII, 3.6.II, 3.6.II.A

**DURANTE 2021 Y 2022 LAS ÁREAS DE SUSTENTABILIDAD, GESTIÓN DE RIESGOS Y FINANZAS, JUNTO CON CORPORATE CITIZENSHIP, INICIARON UN PROCESO DE ESTUDIO BAJO LOS ESTÁNDARES DEL TCFD (TASK FORCE ON CLIMATE-RELATED FINANCIAL DISCLOSURES O "GRUPO DE TRABAJO SOBRE DIVULGACIONES FINANCIERAS RELACIONADAS CON EL CLIMA"). EL COMPROMISO DE LA COMPAÑÍA ES CONTINUAR DESARROLLANDO LOS ELEMENTOS CENTRALES DE LOS CUATRO PILARES DE TCFD, CENTRÁNDONOS EN LAS BRECHAS EXISTENTES PARA AVANZAR EN EL CUMPLIMIENTO PLENO DEL ESTÁNDAR DE DIVULGACIÓN.**



### GOBIERNO DE LOS RIESGOS Y OPORTUNIDADES RELACIONADOS CON EL CLIMA

El gobierno corporativo de los riesgos y oportunidades relacionados con el clima está descrito anteriormente en este capítulo. Revisar sección "Gobernanza para Gestión de Riesgos y Sustentabilidad"



### ESTRATEGIA Y MÉTRICAS:

En el ejercicio realizado en 2021 y 2022, se identificaron los riesgos y oportunidades físicas y de transición que se podrían enfrentar como resultado del cambio climático, bajo dos escenarios (escenario con transición gradual hacia una economía baja en carbono y un escenario sin acción para mitigar las emisiones globales de GEI) y bajo horizontes temporales hasta 2030 alineados al horizonte temporal de la estrategia de sostenibilidad. Luego se priorizaron y cuantificaron en términos de su potencial impacto financiero, se determinaron las acciones de gestión que mitigarían dichos riesgos y las principales métricas de seguimiento, así como sus objetivos 2030.



### GESTIÓN DE RIESGOS:

Incorporación de los riesgos del cambio climático identificados al actual "Modelo de Gestión de Riesgos".

Ámbitos o Pilares  
de TCFD



**RIESGOS RELATIVOS AL CAMBIO CLIMÁTICO**

GRI 2-25 | CMF 3.6.II; 3.6.II.A

Los riesgos, impactos, acciones de mitigación y métricas asociadas puedes encontrarlas en la tabla siguiente.

Principales riesgos asociados al cambio climático	Probabilidad e impacto	Acciones
<p><b>Riesgo de escenario de transición:</b></p> <p><b>Aumento de los costos de las materias primas de empaque.</b></p> <p>Se anticipa que las políticas y las regulaciones pueden volverse más estrictas para limitar el calentamiento de la temperatura, con especial atención en las industrias intensivas en energía y emisiones como la industria de la resina plástica.</p>	<p>La materialización de este riesgo afectaría nuestra continuidad operacional por un aumento en la regulación de las emisiones asociadas con la producción de plásticos y los insumos energéticos, incluida la fijación directa del precio del carbono, puede conducir a precios más altos para este insumo de materia prima.</p> <p>Probabilidad: <b>entre baja y media</b></p> <p><b>Efecto acumulado en EBITDA ajustado consolidado hasta 2030</b>: Medio</p> <p>Severidad: <b>Medio/Alto</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Aumentar la participación de empaques retornables sobre total venta NARTD, o aumentar el Volumen de ventas de empaques retornables sobre total venta NARTD. <b>Meta 2030</b>: 42.8%.</li> <li>▶ Aumentar el uso de resina reciclada y la recolección de botellas de un solo uso, o aumentar el % de uso de resina reciclada sobre el total. <b>Meta 2030</b>: 50%.</li> <li>▶ Reciclabilidad de los empaques. <b>Meta 2030</b>: 100%.</li> <li>▶ Aumentar la recolección de los empaques que se venden. <b>Meta 2030</b>: 100%.</li> <li>▶ Disminuir el gramaje en las botellas.</li> <li>▶ Realizar análisis ciclo de vida de empaques (huella de carbono).</li> </ul>
<p><b>Riesgo de escenario de transición:</b></p> <p><b>Aumento de los precios de los combustibles fósiles.</b></p> <p>La creciente regulación de los combustibles fósiles, debido a mecanismos fiscales y mecanismos de precios de carbono adicionales puede afectar una parte clave de la cadena de valor; como son la distribución y la logística en la entrega de los productos.</p>	<p>La materialización de este riesgo afectaría los costos de transporte, tanto al considerar la flota propia (&gt;1.400 camiones en Brasil y Chile) como la flota subcontratada (&gt;1.600 camiones). Entre el 5% y el 20% de los costos de transporte están asociados al costo del combustible, por lo que la variabilidad en esos precios representa un riesgo relevante para los resultados financieros.</p> <p>Probabilidad: <b>entre muy baja y baja</b></p> <p><b>Efecto acumulado en EBITDA ajustado consolidado hasta 2030</b>: Alto</p> <p>Severidad: <b>Medio</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Gestión de Huella de Carbono: disminución de emisiones huella de carbono Alcance 1,2,3.</li> <li>▶ Inversiones en flotas de distribución más eficientes en el uso de combustibles y eficientizar el ruteo de los camiones.</li> </ul>
<p><b>Riesgo de escenario de cambio físico:</b></p> <p><b>Falta de agua por reducción de precipitaciones y sequía.</b></p> <p>La falta de agua por reducción de precipitaciones y sequía genera impactos en la producción en zonas de estrés hídrico.</p>	<p>La materialización de este riesgo afectaría la disponibilidad de agua obligando a reducir inicialmente la producción en la planta embotelladora de Renca debido a escasez de la materia prima.</p> <p>Probabilidad: <b>entre muy baja y baja</b></p> <p><b>Efecto acumulado en EBITDA ajustado consolidado hasta 2030</b>: Bajo</p> <p>Severidad: <b>Medio</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Mejorar la eficiencia de uso del agua, o mejorar el Ratio de uso de agua (litro agua/litro bebida producida). <b>Meta 2030</b> WUR= 1.27.</li> <li>▶ Comunidades: Acceso al agua y reposición de agua. <b>Meta Sistema Coca-Cola</b>: devolver 100% del agua utilizada en la elaboración de las bebidas.</li> </ul>
<p><b>Riesgo de escenario de cambio físico:</b></p> <p><b>Factores climáticos impactan a proveedores de ingredientes agrícolas.</b></p> <p>Cambios en los factores climáticos, como la variabilidad de la temperatura y las precipitaciones, o el estrés hídrico, pueden afectar el rendimiento de los cultivos o provocar su pérdida.</p>	<p>La materialización de este riesgo afectaría, entre otros, los rendimientos de los cultivos de azúcar en Brasil, pero como los efectos físicos del cambio climático se producirán durante periodos de tiempo relativamente largos, el efecto esperado en el corto plazo sobre la continuidad operacional y los resultados financieros es gradual y moderado.</p> <p>Probabilidad: <b>entre muy baja y baja</b></p> <p><b>Efecto acumulado en EBITDA ajustado consolidado hasta 2030</b>: Bajo</p> <p>Severidad: <b>Baja</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Crecer en portafolio y ventas de productos reducidos y sin azúcar, reduciendo la cantidad de Kilocalorías vendidas sobre total de litros vendidos. <b>Meta 2030</b>: 40,75 Kilocalorías vendidas cada 200ml.</li> <li>▶ Porcentaje de ventas de categorías reducidas y sin azúcar.</li> </ul>



**OPORTUNIDADES ASOCIADAS AL CAMBIO CLIMÁTICO**

GRI 2-25 | CMF 3.6.II, 3.6.II.A

Principales oportunidades asociadas al cambio climático	Impacto	Acciones
<p>Nueva normativa medioambiental beneficia a los envases retornables</p>	<p>La materialización de esta oportunidad potenciaría el desarrollo de la ventaja competitiva que ya se encuentra desarrollada en la Compañía relacionada al know how en la gestión y comercialización de envases retornables.</p> <p><b>Efecto acumulado en EBITDA ajustado consolidado hasta 2030</b></p> <p>Medio</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Aumentar la participación de envases retornables sobre total venta NARTD.</li> </ul> <p><b>Meta 2030:</b> 42.8%. Volumen de ventas de envases retornables sobre total venta NARTD.</p>
<p>Aumento de consumo de líquidos por aumento de temperatura</p>	<p>La materialización de esta oportunidad favorecería la relación con la comunidad y los resultados financieros.</p> <p><b>Efecto acumulado en EBITDA ajustado consolidado hasta 2030</b></p> <p>Medio</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Amplitud del portafolio para satisfacción de las preferencias de los consumidores.</li> <li>▶ Master plan de capacidades de producción y logística.</li> </ul> <p>Métrica: Volumen de ventas.</p>
<p>Tecnología nueva y más barata brinda oportunidades para mejorar la eficiencia y reducir los costos operativos</p>	<p>La materialización de esta oportunidad facilitaría el acceso a tecnología necesaria para aplicar en flotas de distribución más eficientes, y aumentar la eficiencia en el uso del agua y la energía.</p> <p><b>Efecto acumulado en EBITDA ajustado consolidado hasta 2030</b></p> <p>Bajo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Inversión en tecnologías que permitan mejorar la eficiencia operacional y reducir costos.</li> </ul> <p>Métrica: EBITDA ajustado consolidado</p>

\*Actualmente, salvo en los casos de los riesgos relacionados con el cambio climático, no identificamos oportunidades.



## RIESGOS RELATIVOS A LA LIBRE COMPETENCIA

GRI 2-25 | CMF 3.6.II.C, 8.1.4

El incurrir en conductas contrarias a las normas que regulan la libre competencia podría afectar gravemente nuestra relación con la comunidad y nuestros resultados financieros. Entre los principales impactos que esto provocaría en nuestro negocio se encuentran: sanciones y eventuales indemnizaciones, daño a la imagen corporativa e impacto en las ventas.

Para mitigar dicho riesgo, la Compañía cuenta con un Programa de Cumplimiento en materias de Libre Competencia (el "Programa de Cumplimiento"), confeccionado en base a un análisis de los riesgos propios del negocio y compuesto por una serie de documentos y actividades que buscan mitigar cada uno de los riesgos relevados, asignándose a cada una de dichas actividades, una oportunidad y un responsable específico.

Uno de los pilares fundamentales del Programa de Cumplimiento lo constituye un programa anual de capacitaciones para nuestros ejecutivos y colaboradores, cada una de las cuales ha sido diseñada específicamente en cuanto a su profundidad y periodicidad, en función de la responsabilidad de cada uno de los distintos roles involucrados.

El Programa de Cumplimiento se aplica en cada una de las cuatro Operaciones y su ejecución es auditada anualmente.

## RIESGOS RELATIVOS A LA SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CONSUMIDORES

GRI 2-25 | CMF 3.6.II.D

El daño a la salud de los consumidores por contaminación o mal estado de insumos o productos afectaría la relación con la comunidad y los resultados financieros debido a sanciones y eventuales indemnizaciones, provocaría daño a la imagen corporativa con su consecuente Impacto en las ventas y Liderazgo del mercado.

Nuestro Compromiso con la elaboración de productos de la más alta calidad es la principal acción de mitigación. Tomamos importantes precauciones para minimizar el riesgo de defectos o contaminación en nuestros productos. Estas precauciones incluyen programas de control de calidad de las materias primas, el proceso de producción y nuestros productos finales. También hemos establecido procedimientos para corregir lo antes posible cualquier problema que se detecte.

Para cumplir con la satisfacción de los clientes, la norma y los altos estándares, existen tres ejes de acción: certificaciones, Programa de análisis sensorial y seguimiento del indicador de reclamos de consumidores.

Dado nuestro compromiso con la comunidad, el riesgo es de impacto y severidad media/alta, sin embargo, gracias a los ejes de mitigación desarrollados, se disminuye la probabilidad de ocurrencia a muy baja o baja.

⊕ Para mayor detalle ver capítulo 4

## DESCRIPCIÓN DE RIESGOS EMERGENTES

CMF 3.6.II.E, 6.2.VIII

En Coca-Cola Andina se califica como "emergentes" a aquellos riesgos nuevos o crecientes en importancia y que tienen las siguientes características: provienen de hechos ajenos a la Compañía, son específicos a la actividad, tienen un impacto potencial de largo plazo y se proyectan como significativos, pudiendo afectar las operaciones y requerir adaptar la estrategia y/o modelo de negocio de la Empresa.



### CAMBIOS EN LA IMAGEN DE MARCA Y CALIDAD DE LOS PRODUCTOS

Percepción de que los productos no tienen buena calidad o son dañinos para la salud, lo que se ha materializado en la creciente preocupación de las autoridades y consumidores sobre los efectos que producen el azúcar y los edulcorantes, específicamente en la obesidad. Además, la preocupación por el impacto medioambiental del plástico puede reducir el consumo de nuestros productos vendidos en botellas de plástico o dar lugar a impuestos adicionales que podrían afectar negativamente a la demanda de los consumidores.

El impacto de este riesgo es a largo plazo, significativo y específico al negocio, ya que en pocos años podría dar lugar a importantes cambios a través de acciones legales vigentes o amenazas contra empresas relacionadas con la comercialización y venta de bebidas, afectando fuertemente la rentabilidad.



### ESCASEZ, CONTAMINACIÓN Y MALA CALIDAD DEL AGUA

El agua es el principal ingrediente de prácticamente todos nuestros productos. También es un recurso limitado en muchas partes del mundo, que se enfrenta a retos sin precedentes derivados de la sobreexplotación, la creciente demanda de alimentos y productos cuyos procesos de fabricación requieren agua, el aumento de la contaminación, la falta de acceso físico o financiero al agua, tensiones sociopolíticas debidas a la falta de infraestructuras públicas en determinadas zonas del mundo y los efectos del cambio climático.

Si la demanda continúa aumentando en el mundo y la calidad del agua disponible sigue deteriorándose, implicaría un importante aumento en los costos de producción, daños en la reputación o la posibilidad de enfrentar restricciones en términos de capacidad. Asimismo, si los periodos de sequía continúan y se prolongan en el tiempo, los costos de las operaciones podrían verse significativamente afectados debido a la escasez de agua y energía, mientras que los cambios en las regulaciones gubernamentales, relativas a la propiedad o el uso de los recursos hídricos, también podrían afectar el suministro de este recurso.

No podemos asegurar que el agua esté disponible en cantidades y/o calidad suficientes para satisfacer nuestras necesidades futuras de producción o que resulte suficiente para satisfacer nuestras necesidades actuales de suministro de agua por lo que el impacto potencial de este riesgo es a largo plazo, significativo y específico al negocio.

## RIESGOS RELATIVOS A LA SEGURIDAD DE LA INFORMACION Y CIBERSEGURIDAD

CMF 3.6.II.B

Coca-Cola Andina reconoce la seguridad de la información y los ciberataques como áreas potenciales de riesgo empresarial. Por ello, la compañía ha formulado y aplicado una estrategia global que permite: (i) establecer un entendimiento organizacional con el fin de supervisar los riesgos de ciberseguridad relacionados con sus sistemas, personas, activos, datos y capacidades, (ii) salvaguardar los sistemas y activos (incluyendo los datos), (iii) identificar las desviaciones de los protocolos establecidos, (iv) reaccionar ante incidentes de ciberseguridad, y (v) restablecer las operaciones de negocio, en caso necesario.

El marco de Ciberseguridad incorpora las normas más exigentes del sector y se gestiona con una visión integrada de personas, procesos y tecnología. Asimismo, se somete a pruebas constantes de Continuidad de Negocio (BC) y Recuperación ante Desastres (DR). Para mejorar su ciberresiliencia, cada año la Compañía añade nuevos controles y sistemas, así como exhaustivas pruebas periódicas de las medidas de mitigación diseñadas para cubrir vulnerabilidades detectadas mediante evaluaciones de Hacking Ético y Pentesting. Además, se ha implementado un modelo de "Confianza Cero" para el acceso a la plataforma.

Lo anterior se complementa con la externalización de servicios de infraestructura y seguridad de la información, mediante la subcontratación de una de las mayores empresas tecnológicas de América Latina. Esta proporciona soporte en terreno, soporte a usuarios, soporte de redes y monitoreo de ciberseguridad. El servicio de externalización informática se rige por un acuerdo contractual revisado anualmente por un auditor externo, que según la norma ISAE 3402, evalúa el cumplimiento de controles de servicios críticos. Todos los proveedores de tecnología que ofrecen SaaS o software en las instalaciones se evalúan a lo largo del procedimiento de selección utilizando un marco de ciberresiliencia basado en INCIBE-CERT (Instituto Nacional de Ciberseguridad de España).

## GOBERNANZA DE SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN Y CIBERSEGURIDAD



Nivel Directivo

### DIRECTORIO

#### Comité de Auditoría

Entre otras funciones, este comité supervisa riesgos derivados de amenazas a la ciberseguridad y es responsable de establecer políticas, directrices y estrategias para riesgos de seguridad de la información. Además, evalúa alcance y eficacia de los sistemas de ciberseguridad y seguridad de la información establecidos.

(Sesiona mensualmente y al menos una vez al año revisa riesgos de ciberseguridad, controles, iniciativas en curso y planes a futuro.)



Nivel Ejecutivo

**AUDITORÍA INTERNA**  
Revisión independiente  
políticas y directrices y  
**emisión de observaciones  
e informes al Comité de  
Auditoría.**

### VICEPRESIDENTE EJECUTIVO

#### Comité Ciberseguridad\*

Evalúa y controla los riesgos de ciberseguridad, y aprueba la estrategia y dirección propuestas por el CISO en materia de ciberseguridad y contingencia. Este comité también revisa indicadores operativos de seguridad, estado de implementación de controles, avances en proyectos y planes a futuro en materia de ciberseguridad.

(Bajo la dirección del CISO, sesiona cuando se materializa una amenaza importante o al menos una vez al año.)



Nivel Corporativo

### GERENCIA CORPORATIVO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

#### Gerente de Seguridad de la Información (CISO)

Supervisa y gestiona problemas y riesgos de ciberseguridad creando, gestionando y ejecutando el plan de ciberseguridad para redes TI (tecnología de la información) y TO (tecnología de operación). Supervisa la aplicación de las mejoras, arquitecturas, políticas y normas definidas por la Compañía. Gestiona el mapa de riesgos informáticos (RIA TI) y planes de mitigación relacionados.



Nivel Operaciones

### GERENTES Y EQUIPO LOCAL DE BIT

Gerentes, líderes técnicos, arquitectos y especialistas responsables de que al interior de sus células y áreas de trabajo, se respeten las políticas, normas, estándares y los procedimientos de seguridad.

\* Compuesto por el Gerente Corporativo de Recursos Humanos, el Gerente Corporativo de Legales, el Gerente Corporativo de Tecnologías de la Información, el Gerente Corporativo de Control de Gestión, Riesgo y Sostenibilidad, el representante de la Gerencia Corporativa de Auditoría Interna y el Gerente de Seguridad de la Información (CISO).



### **POLÍTICA DE SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN**

La política de seguridad de la información es un proceso continuo diseñado para proteger los activos de información frente a amenazas. Establece los lineamientos generales en cuanto a la responsabilidad, protección y gestión de los riesgos de la información, así como sobre el acceso, manejo, manipulación, procesamiento, transmisión, almacenamiento o cualquier otra actividad que se realice sobre los activos de información de la Compañía.

Esta política también establece la clasificación de la información, la definición de responsabilidades y el uso de soluciones digitales para reforzar su ejecución. Ejemplos de estas soluciones incluyen la unificación de los mecanismos de almacenamiento y transferencia de información, la protección de la información mediante prácticas de Prevención de Pérdida de Datos (DLP) y el cifrado de la información almacenada en los equipos esenciales de la Compañía.

En este contexto, cada integrante de la Compañía es responsable de salvaguardar los activos tecnológicos y proteger la información presente en el ciberespacio, así como la infraestructura que la soporta.

### **DIFUSIÓN Y CAPACITACIÓN**



Coca-Cola Andina informa permanentemente sobre las medidas implementadas para favorecer la ciberseguridad, con el objetivo de que todos los colaboradores conozcan y se formen sobre conceptos y amenazas en esta materia. Para ello, las áreas de TI y Recursos Humanos coordinan capacitaciones sobre gestión de seguridad de la información, con foco en los softwares y servicios utilizados. Durante 2023, estas iniciativas continuaron y, adicionalmente, el equipo de Tecnología se instruyó en procedimientos sobre ciberseguridad, como la protección de activos digitales, desarrollo seguro, gestión de riesgos TI y cambios a sistemas, entre otros. También se realizaron ejercicios de phishing, a fin de detectar debilidades.



**3**

Personas:  
desarrollo  
y cuidado  
de nuestros  
talentos

*Las cifras de colaboradores presentadas en este capítulo incluyen todas las filiales consolidadas.*



# VIVIENDO EL PROPÓSITO EN COCA-COLA ANDINA

El año 2023 comenzó con el desafío de comunicar el Propósito de la Compañía a cada una de las personas que integran las operaciones de los cuatro países donde está presente. Esto se materializó a través de una campaña comunicacional basada en los pilares que sustentan el Propósito y que integró la realidad del día a día, incluyendo también a socios y consumidores.

Proceso comunicacional



## PROPÓSITO EN RUTA

LA CAMPAÑA PROPÓSITO EN RUTA, QUE SE DIFUNDIÓ A TRAVÉS DE LA CUENTA DE LINKEDIN DE COCA-COLA ANDINA, ALCANZÓ A MÁS DE 120.000 USUARIOS ÚNICOS Y SE CONSUMIERON MÁS DE 470 HORAS DEL CONTENIDO LANZADO.

### INSPIRANDO CON PROPÓSITO

Alineamiento estratégico del liderazgo de Coca-Cola Andina y de los principales líderes de la Compañía, del sentido y peso del Propósito, así como de su rol comunicacional.

Lanzamiento en vivo, liderado por el Vicepresidente Ejecutivo junto a los Gerentes Corporativos y Gerentes Generales de las operaciones.

### DEVELANDO NUESTRO PROPÓSITO

Lanzamiento en cada una de las operaciones y Corporativo.

Encuentros en vivo, híbridos y virtuales, liderados por los Gerentes Generales de las operaciones y Gerentes de Comité.

Integra aspectos culturales y estilos propios de cada país.

Empoderamiento de líderes.

### ENTRENANDO A LÍDERES

568 líderes fueron capacitados, que luego fueron los responsables de ejecutar las estrategias comunicacionales.

La capacitación se centró en el poder inspirador del Propósito y en entregar herramientas comunicacionales.

A través de actividades dinámicas, prelecturas y grupos de trabajo.

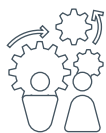
### COMUNICANDO A LA ORGANIZACIÓN

Proceso comunicacional enfocado en el rol operativo.

Cascadas comunicacionales dirigidas por los mismos líderes de equipos.

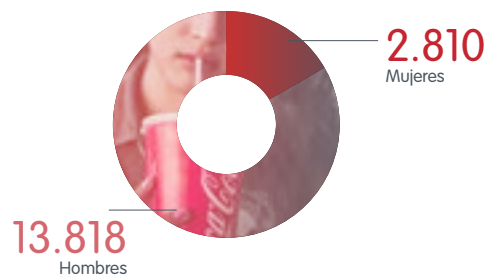
+ del 80% de la dotación ha participado de las presentaciones del Propósito.

DEMOGRAFÍA DE NUESTROS COLABORADORES



16.628

Total de colaboradores Coca-Cola Andina



COLABORADORES POR OPERACIÓN



3.368

Total Argentina



8.055

Total Brasil



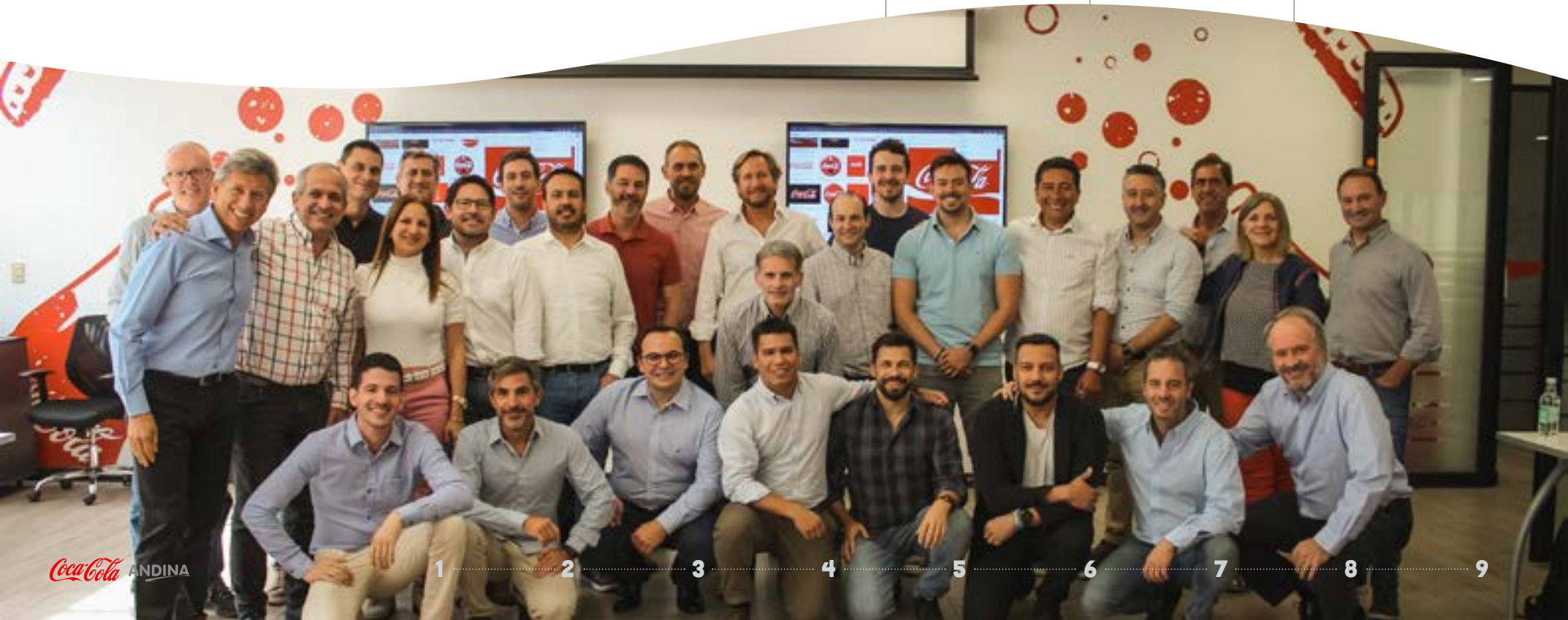
4.144

Total Chile (Chile + Holding)



1.061

Total Paraguay



# DESARROLLO Y ATRACCIÓN DEL TALENTO

En Coca-Cola Andina, las personas son fundamentales para alcanzar los objetivos, por esta razón se centra en mejorar su bienestar y fortalecerse como empleador atractivo. Para ello, cuenta con un Programa de Gestión de Talento y Sucesión que identifica y desarrolla líderes actuales y futuros, alineados con la estrategia y la continuidad operativa de la Compañía. Esto implica atraer, retener y formar talentos, contribuyendo al capital intelectual de la Organización. Tanto líderes como empleados desempeñan un papel clave en este proceso, crucial para el desarrollo de sus carreras y el éxito continuo de la Empresa.



## TALENTO JOVEN EN ANDINA

En la planta de Córdoba se realizaron jornadas de puertas abiertas, a las que asistieron más de 50 personas que conocieron la cultura, valores y requerimientos de profesionales de la Compañía. Bajo este programa se incorporaron 20 estudiantes de nivel secundario en diferentes áreas de la Compañía, lo que permitió fortalecer la vinculación de los estudiantes con el mundo laboral e identificar futuros perfiles para ser parte de los equipos.

En Chile, Coca-Cola Andina se ubicó en el TOP 10 del Ranking Merco Talento Universitario - Chile, destacando como una de las empresas más atractivas para trabajar, según los universitarios de ese país.

Por su parte en Brasil, a través de diversos recursos digitales del Programa de Mentorías, los practicantes han obtenido importantes instrumentos para integrarse con éxito a la Compañía. Actualmente participan 14 personas en el programa.

Por último, en Paraguay, la compañía fue reconocida por su aporte a la formalización del empleo y buenas prácticas de bienestar laboral.

## ANDINA EN LINKEDIN

Esta plataforma se ha transformado en un exitoso canal de comunicación y atracción de talento, apoyando la estrategia de Reclutamiento & Selección (R&S) de la Compañía. Durante el año 2023 se realizaron más de 160 publicaciones, las que tuvieron un alcance total de 4.277.267 impresiones, lo que nos permitió sumar a más de 69 mil nuevos seguidores. En esta línea, lanzamos la primera serie de livestreams, cuyo objetivo es comunicar sobre los atributos diferenciadores la marca empleadora y establecer nuevas formas de relacionamiento con la comunidad, lo que nos ha permitido -a través de 3 eventos- alcanzar más de 30.100 visualizaciones y 858 horas de consumo de contenido publicado.

## EMBAJADORES CULTURALES

Este programa busca potenciar el alcance y difusión del contenido que se genera en LinkedIn con más de 300 personas que siguen las operaciones en Argentina, Chile y Paraguay. Para fortalecer sus capacidades como embajadores, les entregamos herramientas que potencian su marca personal y los lineamientos básicos para ser embajadores de la marca.

## PROGRAMA DE MENTORÍAS PARA PRACTICANTES - BRASIL

Busca entregar las herramientas necesarias para el ingreso de los practicantes, a través de cursos disponibles en el portal del conocimiento y mecanismos de comunicación, de manera que puedan adaptarse con éxito a la Compañía. Actualmente, hay 14 participantes en este programa.

## PLAN DE SUCESIÓN

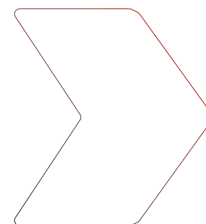
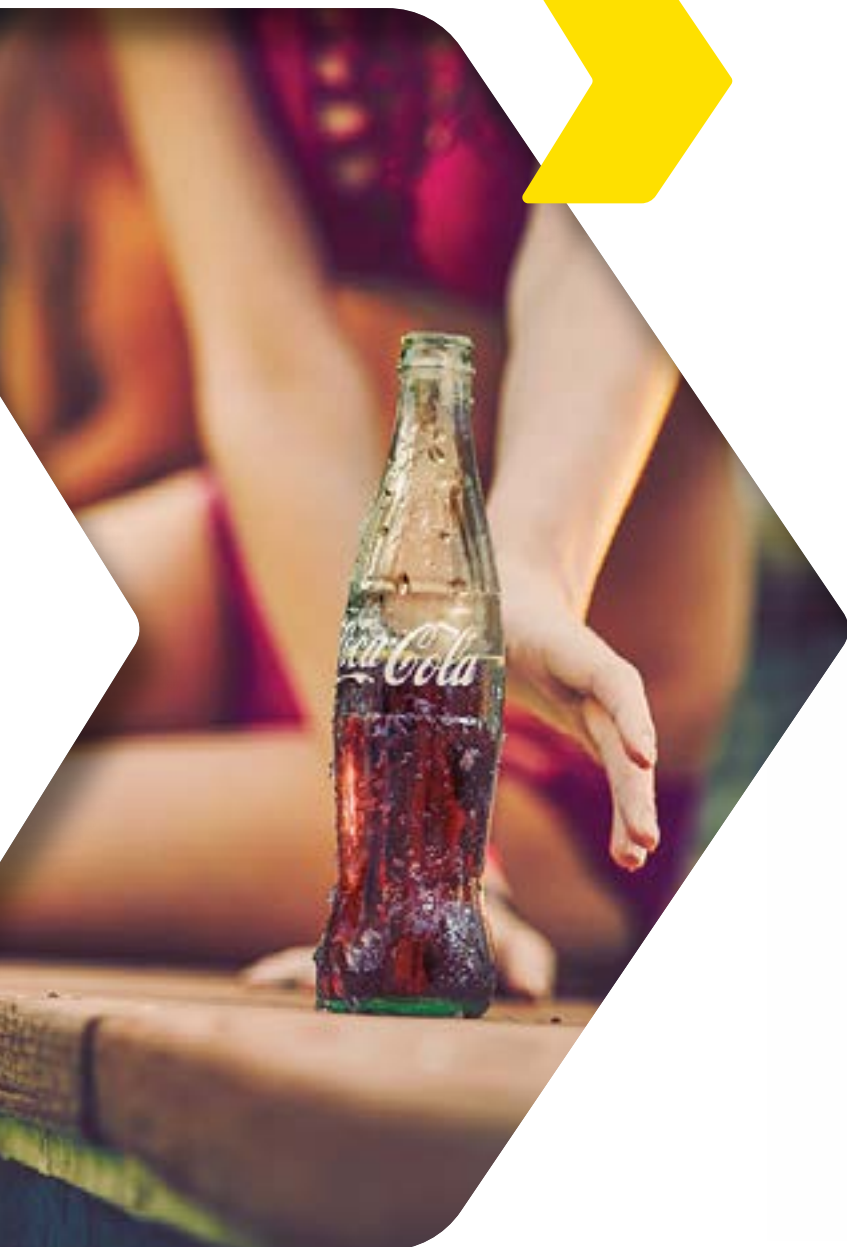
CMF 3.6.X

Coca-Cola Andina dispone de un modelo de desarrollo que contempla un proceso de gestión de talento, planes de desarrollo individual y oportunidades de movilidad interna. Además, cuenta con un mapa de sucesión para distintos niveles de la organización con altos indicadores de cobertura, lo que permite asegurar la continuidad del negocio y fortalecer el desarrollo y la generación de oportunidades de crecimiento.



# 71,9%

de posiciones cubiertas por el plan de sucesión que incorpora a los 250 top managers



## PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

### TOP 10 DEL RANKING MERCADO TALENTO

En 2023 alcanzamos el 8<sup>vo</sup> lugar en este ranking, el que reconoce a las empresas con mayor capacidad de atraer y retener talento en Chile, subiendo 6 posiciones respecto del periodo anterior.

### EMPLEADOR DEL AÑO

Durante este año fuimos reconocidos por nuestro aporte a la formalización del empleo y buenas prácticas de bienestar laboral.

### RANKING MERCADO TALENTO UNIVERSITARIO

Coca-Cola Andina se ubica en el TOP 10 del ranking, como una de las empresas más atractivas para trabajar según los universitarios.





# CAPACITACIÓN

CMF 5.8, 5.8.I, 5.8.II

Coca-Cola Andina impulsa el desarrollo de capacidades que permiten a sus colaboradores adquirir conocimientos y habilidades, así como fomentar su movilidad interna y la reconversión laboral en diversas áreas. Las iniciativas de desarrollo y capacitación se concentran en programas de formación y entrenamiento altamente especializados en los procesos de venta, fabricación y distribución, así como en el desarrollo de habilidades para el trabajo, competencias y empleabilidad, seguridad laboral, sustentabilidad y medio ambiente y ética y código de conducta.

**402.455**

Total de horas de capacitación

**314.349**

Total de horas de capacitación de hombres

**88.106**

Total de horas de capacitación mujeres



Horas de capacitación por operación

# 16.628

Colaboradores han sido capacitados en al menos una de las temáticas impartidas durante el año 2023, lo que representa el

**100%** de la dotación total.





# US\$1.118.018

Invertidos en formación y capacitación en 2023, lo que representa un 0,04% de los ingresos del periodo.

## FORMACIÓN VIRTUAL Y PRESENCIAL

Las plataformas virtuales, a través de Campus Koandina, ofrecen una formación adaptada a las necesidades de los colaboradores, equilibrando la presencialidad con la formación a distancia. Coca-Cola Andina proporciona una biblioteca virtual con contenidos específicos para cada país, incluyendo una versión en portugués para Brasil.

En cuanto a las actividades presenciales, se facilitan encuentros para que los equipos se reúnan, no solo para capacitarse, sino también para fortalecer los vínculos y fomentar la colaboración.

			
<b>104.492</b> Total	<b>137.514</b> Total	<b>146.632</b> Total (Chile + Holding)	<b>13.818</b> Total
<b>22.062</b> Mujeres	<b>19.939</b> Mujeres	<b>42.410</b> Mujeres	<b>3.695</b> Mujeres
<b>82.430</b> Hombres	<b>117.575</b> Hombres	<b>104.221</b> Hombres	<b>10.123</b> Hombres

## NUESTROS PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN



### Escuela técnica de manufactura

Coca-Cola Andina Argentina se concentra en desarrollar nuevas habilidades en la producción de bebidas, abordando aspectos como el manejo de maquinaria, procesos de molienda y líneas de producción para enfrentar los desafíos que surgen al crear nuevos productos. Los resultados de este programa muestran un crecimiento del 615% en 2023 con respecto al 2018, alcanzando un total de 113 personas capacitadas este año y 1.592 habilidades desarrolladas.

### Curso de posgrado certificado por el ICDA, Escuela de Negocios de la Universidad Católica de Córdoba

GRI 404-2

El objetivo es fomentar y cultivar las habilidades necesarias para mantener la competitividad y liderar en un entorno en constante cambio, abordando los siguientes temas: visión estratégica, emprendimiento corporativo, liderazgo y trabajo en equipo de alto rendimiento, metodologías ágiles, creatividad e innovación con enfoque en inteligencia emocional y narración. Realizado de manera virtual a través del Campus Koandina, el programa de 50 horas benefició a 75 ejecutivos de Coca-Cola Andina Argentina.

En esa misma línea, el programa de Management Estratégico, aborda temas actuales para enriquecer el papel de la gerencia y proporcionar herramientas que fortalezcan las habilidades de liderazgo, centradas en la estrategia de negocios y una perspectiva a largo plazo que contribuya a la sostenibilidad de la operación.

### Academia de Líderes Inspiradores

Esta iniciativa se implementó en las cuatro operaciones con el objetivo de promover la conexión y el intercambio de aprendizajes entre equipos mediante dinámicas interactivas. Este esfuerzo colectivo culminó con la definición de las competencias que caracterizan al Líder Inspirador de Coca-Cola Andina: Excelencia en la Gestión, Capacidad de Resolución, Colaboración e Inclusión, Enfoque en Clientes y Optimización de la Cadena de Valor, así como su rol de Entrenador que guía y desarrolla a sus equipos.

### El Arte de Negociar

GRI 404-2

Está dirigido a referentes de las áreas de Ventas, Marketing, Trade Marketing y Abastecimiento de Coca-Cola Paresa. Los temas abordados incluyen análisis de casos prácticos, lectura, negociación, revisión y aprendizajes, así como estrategias para enfrentar negociaciones difíciles. Se exploran los principios de negociación y las fuentes de poder. En 2023 fueron capacitados 30 personas con un total de 45 horas de formación.



### Formación de Formadores

Esta iniciativa se centra en la capacitación completa de formadores y capacitadores de Coca-Cola Paresa, a través de una metodología dinámica y participativa, mediante casos prácticos, ejercicios de simulación y dinámicas de grupo para desarrollar herramientas en un ambiente sinérgico. Dentro de los objetivos del programa se busca identificar las tendencias de aprendizaje, escribir objetivos de formación, elegir métodos para crear contenido, estructurar sesiones de entrenamiento, fomentar la variedad y participación, incluir la evaluación en la entrega y diseñar ayudas visuales para apoyar el entrenamiento. Esta iniciativa benefició a 29 personas con un total de 348 horas de capacitación.



### Oficina 4.0: entrenamiento a mecánicos de flota

Su objetivo es capacitar al equipo de flota propia con que cuenta Brasil en nuevas tecnologías y herramientas utilizadas en vehículos modernos, mejorar la eficiencia y reducir los costos de mantención. El programa contó con un promedio de 128 horas de capacitación por persona, aprendizaje que se refuerza permanentemente con el objetivo de mantener la operación en los niveles óptimos de funcionamiento.

# DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

CMF 3.1.VI, 3.1.VII

## 16,9%

Mujeres

## +26,6%

de mujeres dentro de la Compañía.  
Compromiso 2030

## 19

nacionalidades distintas



## POLÍTICA DE DERECHOS HUMANOS

CMF 2.1, 3.1.II



**LA POLÍTICA DE DERECHOS HUMANOS DE COCA-COLA ANDINA SE GUÍA POR LOS PRINCIPIOS INTERNACIONALES QUE SE INCLUYEN EN LA DECLARACIÓN UNIVERSAL DE DERECHOS HUMANOS, LA DECLARACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO RELATIVA A LOS PRINCIPIOS Y DERECHOS FUNDAMENTALES EN EL TRABAJO, EL PACTO GLOBAL DE LAS NACIONES UNIDAS Y LOS PRINCIPIOS RECTORES SOBRE LOS DERECHOS HUMANOS Y NEGOCIOS DE LAS NACIONES UNIDAS.**

Coca-Cola Andina valora la diversidad como un activo importante y se compromete a fomentar un ambiente laboral inclusivo. Apoya diversas perspectivas y experiencias de sus colaboradores para fortalecer equipos resistentes. El compromiso de cada colaborador con la inclusión, diversidad, no discriminación y la prevención del acoso es esencial para mantener un entorno laboral productivo y en crecimiento, basado en la confianza y el respeto mutuo.

### 451

Personas en situación de discapacidad

### 6.733

Horas de capacitación en materia de diversidad e inclusión

Para concretar el desafío, la Compañía hace suyos los principios del Sistema Coca-Cola, que implica asumir las siguientes obligaciones:

- ▶ Remover barreras en la contratación, promoción y compensaciones de los colaboradores dentro de la Compañía, garantizando que éstas serán realizadas de forma objetiva, fundamentándose en sus aptitudes, desempeño, habilidades y experiencia.
- ▶ Asegurar la igualdad de oportunidades y la intolerancia de la discriminación.
- ▶ Promover la diversidad en todas las operaciones, implementando acciones que favorezcan la contratación de personas con necesidades especiales y de minorías vulnerables, permitiendo el completo desarrollo de sus potencialidades.
- ▶ Garantizar lugares de trabajo en los que prime el respeto, sin tolerancia al acoso -físico o verbal- por cuestiones de raza, sexo, nacionalidad, procedencia, religión, edad, condición o discapacidad.
- ▶ Sancionar cualquier situación de discriminación, acoso u otro tipo de comportamiento no respetuoso o excesivo, garantizando que no existan represalias de ningún tipo a consecuencia de haber informado o participado en cualquier investigación en relación con los puntos antes indicados.



**PARA PROMOVER ESPACIOS LIBRES DE VIOLENCIA, SE REALIZAN TALLERES, PROGRAMAS DE EMPLEABILIDAD PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD, JORNADAS EDUCATIVAS EN ALIANZA CON DIVERSAS INSTITUCIONES PARA ABORDAR LA SEGREGACIÓN ÉTNICA-RACIAL Y TEMAS LGTBIQ+, Y MENTORÍAS PARA FORTALECER EL LIDERAZGO FEMENINO Y LAS OPORTUNIDADES DE DESARROLLO INTERNAS EN LOS PAÍSES DE OPERACIÓN, ENTRE MUCHAS OTRAS ACCIONES.**



#### Mes del Orgullo LGTBIQ+

Coca-Cola Andina Brasil se suma activamente a la celebración del Mes del Orgullo con el propósito de concientizar y fomentar la equidad de género. Implementa la campaña "Siente el sabor de ser como eres", que incluyó una conferencia liderada por Maite Schneider, una mujer trans, para compartir experiencias sobre diversidad e inclusión.

En Coca-Cola Andina Argentina, se proporcionan espacios de reflexión y sensibilización a los colaboradores, junto con talleres para el equipo de recursos humanos y líderes sobre la inclusión de personas trans durante este mes.



#### Charlas de acoso laboral y sexual

CMF 5.5

Para concientizar sobre el acoso y su impacto en la vida cotidiana, en Paraguay y junto al Ministerio de la Mujer de ese país, se proporcionó información sobre los diversos tipos de acoso que afectan a la sociedad, sus efectos y la importancia de la prevención y protección.

En tanto, en Chile, a través de la Gerencia Legal, se capacitó a las jefaturas en materia de acoso laboral y sexual, con el objetivo de resolver dudas y sensibilizar en esta materia, logrando una participación de alrededor de 200 líderes.



#### Integración de jóvenes y procesos de jubilación

GRI 404-2

En el marco del Pilar de Generaciones, en Argentina y Brasil Coca-Cola Andina busca, por una parte, integrar a las nuevas generaciones y, por otra, asesorar a quienes inician su proceso de jubilación.

Es así como en alianzas con universidades, escuelas secundarias y entidades gubernamentales, se realizaron proyectos de pasantías e inserción laboral de jóvenes profesionales sin experiencia previa. Por otra parte, trabajamos en el asesoramiento a las personas en la gestión de sus procesos de jubilación, con acompañamiento psicológico y posibilidad de retiro anticipado voluntario en determinados casos, además del reconocimiento especial en equipo.

Por su parte, en Brasil y con el apoyo del Servicio Nacional de Aprendizaje Comercial (SENAC), se realizó un curso enfocado en las habilidades necesarias para integrarse a la operación en el envasado de productos, control de stocks, promoción y realización de ventas, reposición de mercancías en el punto de venta y suministro de información a los clientes, potenciando la inserción de jóvenes en el mercado laboral como empaquetador, operador y/o reponedor de mercancías.



#### Inclusión de personas con discapacidad en el sector privado

Desde 2022, se desarrolla una alianza con la organización "Súmate", de Argentina, para abordar el proceso de selección de perfiles con discapacidad, lo que se complementa con el trabajo colaborativo con el portal de empleo "Inclúyeme", que colabora en la búsqueda y selección de perfiles con discapacidad.

Por su parte, en Brasil y junto al Ministerio de Trabajo y el Ayuntamiento de Río de Janeiro, participamos en foros y ferias para promover la empleabilidad e inclusión de personas con discapacidad en el sector privado. Además, se implementó un curso de lengua de señas brasileña para fortalecer la inclusión de los colaboradores con discapacidad auditiva.

En 2023 en Chile, junto con la Fundación TACAL, se implementó un programa especial para personas con discapacidad, siendo el primero en los centros de distribución y en el área de expedición, donde participaron 20 personas. Algo similar se hizo en Paraguay, donde se realizaron cursos sobre las diversas formas de discapacidad y lenguaje de señas.



#### Fomentando la equidad de género en nuestras operaciones

En Argentina se desarrolló el conversatorio "Mujeres Coca-Cola Andina" en conmemoración del Día Internacional de las Mujeres Trabajadoras. Este evento proporciona un espacio para conectar, compartir experiencias y discutir los desafíos pasados, presentes y futuros en la agenda de género. Esto permitió reflexionar sobre hitos transformadores en la vida de las mujeres, acciones para promover la igualdad de género, problemáticas actuales que impulsan futuras iniciativas y temas como maternidad, cuidado y estereotipos, fomentando la interacción y la discusión abierta.

El programa "Entre Elas" de Brasil busca fortalecer el sentido de comunidad y colaboración entre las mujeres de la empresa. A través de la tutoría, los participantes comparten experiencias, conocimientos y consejos valiosos, junto con desarrollar habilidades relacionadas a sus áreas de interés. En 2023 la iniciativa seleccionó a 52 mujeres, entre mentoras y aprendices, para participar en el programa intensivo de mentoría durante cinco meses.

Por su parte, en Chile y a través del programa "Mujeres Contigo", se capacitó a vecinas de Renca en atención al cliente, comunicación efectiva y sobre los procesos del área de expedición, lo que permitió que un 77% de las participantes se incorporara a la Compañía.

Por último, el programa "Promociona Chile", impartido por la Universidad Adolfo Ibáñez y CLA Consulting, entrega capacidades de alta gerencia a mujeres de diversas organizaciones. En ese marco, ya son nueve las ejecutivas de Coca-Cola Andina Chile que han participado y en 2023 se graduó la tercera promoción.



# COMPENSACIÓN EQUITATIVA

CMF 5.4.1

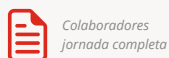
La Compañía cuenta una Política Corporativa de Compensaciones y un paquete de compensaciones competitivo, que busca atraer y retener a empleados talentosos, a través de un modelo de administración salarial y un programa de beneficios amplio y diverso. Esto incluye mantener la coherencia entre las clasificaciones laborales y reconocer el desempeño individual, basado en las siguientes directrices:

- ▶ Promover la igualdad de oportunidades acorde con el grupo laboral de referencia en el mercado, para posiciones que requieren iguales competencias y responsabilidades.
- ▶ Mantener consistencia entre clasificaciones laborales y empleabilidad, que garantice un trato coherente entre los distintos cargos y posiciones de la organización.
- ▶ Reconocer la contribución individual, de manera que los trabajadores con mejor desempeño obtengan una mayor compensación, en concordancia con lo que indique la política.
- ▶ Proveer una administración de compensaciones a través del planeamiento y el control de los costos salariales.

## BENEFICIOS ADICIONALES

GRI 401-2, 403-6 | CMF 5.8

Cada operación determina los beneficios que le corresponden a sus colaboradores dependiendo del tipo de vínculo laboral

Colaboradores  
jornada completaColaboradores  
tiempo parcial

## BRECHA SALARIAL

Para promover una cultura de equidad e inclusión, Coca-Cola Andina emplea la metodología de Grados HAY, que categoriza los cargos y garantiza una compensación proporcional. Esta metodología evalúa la responsabilidad y remuneración de cada puesto, asegurando que los colaboradores reciban una compensación justa de acuerdo con sus roles y responsabilidades laborales.

Si quieres saber más sobre los indicadores de brechas salariales, revisa el capítulo 9.

## PERMISO POSTNATAL

CMF 5.7

La Compañía fomenta la corresponsabilidad parental y el autocuidado de sus colaboradores, siguiendo la legislación de parentalidad en los cuatro países en los que opera. Cuenta con un Reglamento Interno que incorpora las leyes y normativas locales sobre tiempos de pre y postnatal, adopciones y la opción de que tanto la madre como el padre asuman el cuidado del recién nacido. Además, para promover la corresponsabilidad parental, Coca-Cola Andina ofrece una extensión de días de postnatal paternal superior a los requisitos legales locales.

Conoce más detalle de nuestros indicadores de postnatal en el capítulo 9

# 509

Colaboradores que tomaron licencia médica por maternidad o paternidad en 2023



### Beneficios en salud

Seguro de Vida adicional al obligatorio de la ley.

100%

100%

Asistencia y seguro médico.

100%

75%

Programas preventivos de Vacunación.

75%

75%

Nutricionista en planta.

50%

50%



### Beneficios en educación

Descuentos en las tarifas de distintos programas educativos para empleados.

100%

75%

Licencia por exámenes de estudios por encima de la ley.

75%

50%

Becas de excelencia académica a hijos de los trabajadores para carrera universitaria.

25%

25%



### Beneficios sociales

Home Office.

100%

75%

Horario flexible para áreas en donde no se afecte la operación.

75%

75%

Acompañamiento a jubilados.

50%

50%

Sala de lactancia.

75%

75%

Guardería - Sala de cuna.

75%

50%



### Beneficios económicos

Gratificación por jubilación.

100%

75%

Kit de Escuela, bonificación para hijos menores de 18 años.

100%

75%

Subsidios habitacionales.

50%

25%

# GESTIÓN DEL CLIMA Y DEL COMPROMISO

Coca-Cola Andina se enfoca en promover un clima laboral propicio para el desempeño y desarrollo de los trabajadores. Implementa un modelo de Gestión del Clima que, a través de encuestas breves, permiten medir el compromiso y detectar áreas de mejora, resultados y planes de acción que son informados anualmente al Directorio.



**90%**

De los colaboradores participaron de esta encuesta

**88%**

de los colaboradores recomendaría Coca-Cola Andina como un gran lugar para trabajar.

**89%**

de los colaboradores consideran que en Coca-Cola Andina se sienten muy responsables por la calidad del servicio que ofrece a los clientes.

**84%**

de los colaboradores declara ser capaz de mantener un sano equilibrio entre el trabajo y sus compromisos personales.

## PROGRAMA ENERGÍA - BRASIL

Busca reconocer a los trabajadores más comprometidos, evidenciando que su trabajo está alineado con los valores de Coca-Cola Andina Brasil. Las nominaciones son recopiladas por el área de Comunicaciones Internas y entregadas a un comité de jueces que elige dos ganadores cada mes, por área de negocio, los que son reconocidos con un certificado y la publicación de una entrevista en la revista interna Nossa Voz.

## GESTIÓN DEL COMPROMISO EN COCA-COLA ANDINA

En Coca-Cola Andina, el compromiso organizacional se gestiona a través de un ecosistema de iniciativas que apuntan a medir, entender, comunicar y relevar su importancia dentro de la Compañía. Estas son:

- ▶ **ECO:** Medición anual del compromiso en Coca-Cola Andina, que apunta al 100% de los talentos y se realiza a comienzos de año.
- ▶ **Pulso de Compromiso:** Medición que se realiza a fin de año sobre un grupo de colaboradores especialmente seleccionados, para evaluar los resultados de las estrategias de compromiso.
- ▶ **Líderes de Compromiso:** Webinars regionales donde colaboradores que son un referente en término de su compromiso, comparten mejores prácticas con el resto de la Organización.
- ▶ **Cumbres de Compromiso:** Encuentros de dos días donde se reúnen todos los equipos de trabajo que lideran la gestión del compromiso en cada una de las operaciones, para capturar aprendizajes cruzados, capacitarse y revisar la estrategia de gestión de compromiso.
- ▶ **Ruta del Compromiso:** Encuentros mensuales donde se convoca a toda la Compañía para conocer con mayor profundidad el modelo de compromiso, a través de consultores externos.

## GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES

Coca-Cola Andina se enfrenta al desafío de mantener a los colaboradores informados y conectados de manera ágil e inclusiva. Para lograr este objetivo, las comunicaciones internas se esfuerzan constantemente por mejorar las herramientas, asegurando que toda la Compañía esté al tanto de manera oportuna de los temas relevantes para la organización.

Es así como en 2023 se implementó una herramienta de tracking para medir la efectividad del correo electrónico y tomar decisiones en base a ese dato. Además, en Chile, existe el manual On Boarding que se distribuye a los nuevos colaboradores que asumen roles profesionales. Entre otros temas, este manual digital destaca la cultura de la Compañía, su Propósito y los pasos iniciales para el desarrollo de las personas. En 2023, alrededor de 70 personas recibieron esta herramienta, junto con implementarse la política de proporcionarlo a los líderes a cargo de recibir a los nuevos miembros.

En el caso de Paraguay, se aumentaron las pantallas de comunicación, con el objetivo de dar un acceso equitativo a la información, optimizar la comunicación interna y ser más flexibles en cuanto a la actualización de la información en tiempo real.

Por último, Coca-Cola Andina Brasil cuenta con la aplicación Pod+ utilizada por casi 8 mil empleados, que facilita la comunicación en tiempo real, reduciendo la necesidad de correos electrónicos y reuniones. La plataforma -accesible desde cualquier computador y dispositivo móvil- presenta un podcast mensual en el portal Junt+s, que explora sobre Coca-Cola Andina Brasil y permite conocer mejor la realidad de los colaboradores.

## CONSOLIDACIÓN DEL TRABAJO HÍBRIDO

El programa de trabajo híbrido refleja el compromiso de equilibrar las necesidades personales y profesionales de los colaboradores, contribuyendo a un ambiente laboral positivo y al logro de objetivos empresariales.

Es por ello que, en mayo de 2023, se implementó la Política de Trabajo Híbrido en las cuatro operaciones, con tres días de trabajo presencial y dos días de trabajo remoto por semana. Esta iniciativa busca fomentar el trabajo remoto, mantener interacciones personales efectivas, promover la colaboración entre equipos y asegurar altos estándares de servicio al cliente.

Tras un análisis detallado en los cuatro países donde se opera, y consultas externas, la Compañía tomó una decisión informada sobre la proporción entre trabajo híbrido y presencial en Coca-Cola Andina.



Principales resultados (promedio) de encuesta sobre trabajo híbrido Coca-Cola Andina 2023



**47%**

de **colaboradores** consideran que los **mayores beneficios** del actual modelo de trabajo híbrido es la **PRODUCTIVIDAD**.

**88%\***

de los **líderes** piensa que la **estrategia** de trabajo híbrido implementada es la **CORRECTA**.

\*No considera Paraguay

**40%**

de **colaboradores** **no tiene preocupaciones** por el actual modelo de trabajo híbrido.

**83%\***

de los **colaboradores** piensa que la **estrategia** de trabajo híbrido implementada es la **CORRECTA**.

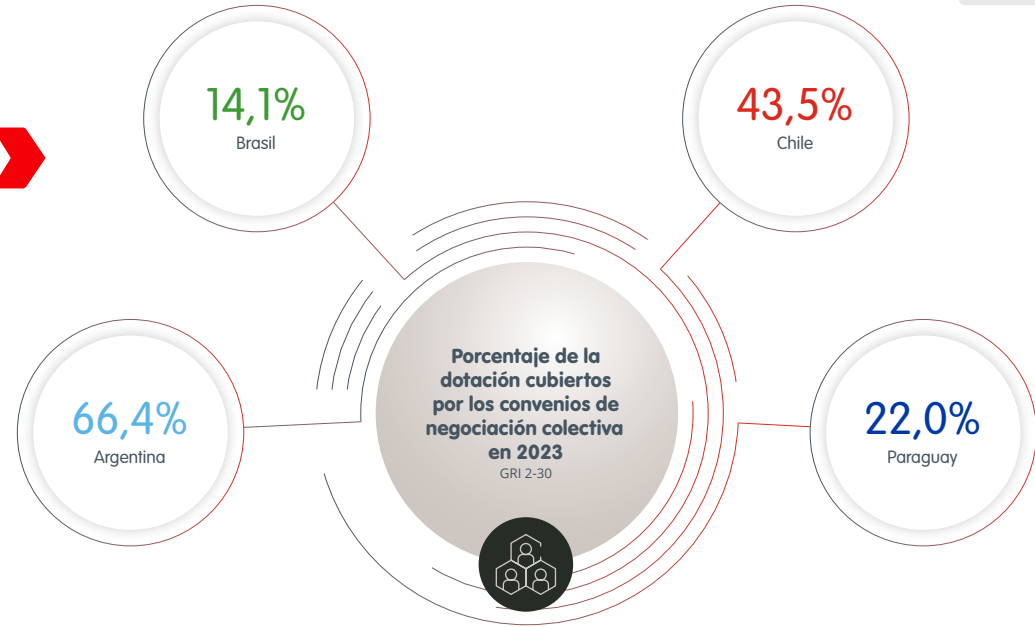


# RELACIONES LABORALES

GRI 407-1 | CMF 8.1.2

Es crucial mantener un entorno que fomente la productividad y el crecimiento, basando las relaciones laborales en el compromiso de los colaboradores con la inclusión, diversidad, no discriminación y la prevención del acoso, elementos fundamentales en un ambiente de confianza y respeto mutuo. Si bien la Compañía no cuenta con un procedimiento específico para prevenir y detectar incumplimientos regulatorios relacionados a los derechos de los trabajadores, el Código de Ética y Conducta Empresarial, y las reglas internas que la Compañía establece en el Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad, promueven el respeto y resguardo de los derechos de sus trabajadores.

En Coca-Cola Andina respetamos y apoyamos el derecho a la libertad de asociación en todos los países donde operamos. La Compañía respeta el derecho de sus empleados a formar un sindicato, y aliarse o no aliarse a este, sin temor a sufrir represalias ni a ser víctimas de intimidación o acoso.

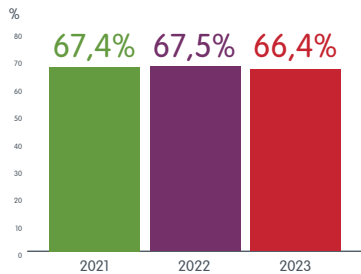


## TASA DE SINDICALIZACIÓN

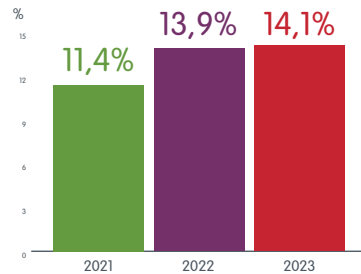
*incluye los terceros de los procesos principales del negocio.*



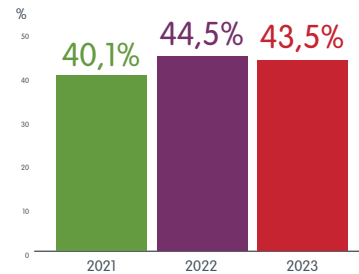
Argentina



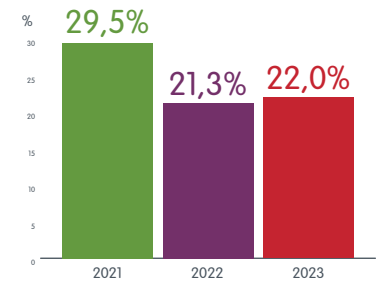
Brasil



Chile



Paraguay





# SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

GRI 403-1, 403-8 | CMF 5.6

El compromiso de Seguridad y Salud Ocupacional nace en la alta dirección y cuenta con la participación responsable de todos los colaboradores, incluyendo terceros y prestadores de servicios.

En detalle, la certificación ISO 45001 es la base del sistema de gestión en salud y seguridad de la Compañía. Fortalece su Propósito, políticas y programas, implementando modelos y acciones que superan los requisitos legales en los países donde opera. Esta normativa permite una eficiente implementación del sistema, sujeto a auditorías periódicas realizadas por terceros.

# 22.655

colaboradores cubiertos por PSBC\*

\* Programa de Seguridad Basado en el Comportamiento (incluye colaboradores propios y terceros)

## NUESTROS PRINCIPIOS EN SALUD Y SEGURIDAD

Coca-Cola Andina decidió promover una verdadera transformación cultural, donde la salud y seguridad sean percibidos como un valor a nivel de toda la Compañía, bajo la premisa de que la transformación cultural implica un proceso largo, que nunca termina y que requiere de recursos y un robusto plan de trabajo continuo y colaborativo.

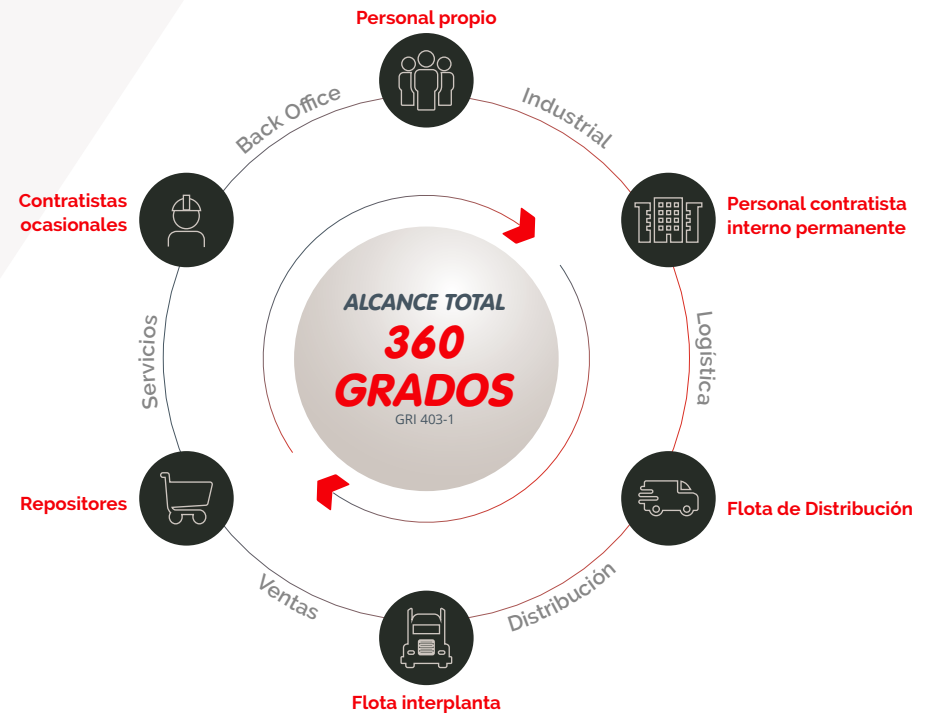
El comportamiento seguro es un eje fundamental, donde cada trabajador es responsable por su seguridad y la de las personas que lo rodean, sean otros trabajadores o comunidades. Nuestros líderes tienen la responsabilidad y compromiso de promover y proveer las herramientas necesarias para que la cultura de seguridad y salud ocupacional se desarrolle. Nada de lo que hacemos puede sobreponerse a situaciones que podrían ocasionar una lesión.



Tasa de accidentabilidad: (número de accidentes de trabajo / número de trabajadores dotación propia) \*100  
Tasa de fatalidad: (número de fatalidades por accidentes de trabajo / número de trabajadores dotación propia) \*100



Tasa de enfermedades profesionales: (número de enfermedades profesionales / número de trabajadores) \*100  
Promedio de días perdidos por accidentes: (días perdidos por accidentes) / número de accidentes de trabajo  
\*Para ampliar la información sobre las métricas de SSO, para propios y contratistas, dirigirse a página 208.



## PILARES DE SEGURIDAD Y PRINCIPALES INICIATIVAS

Se han definido seis pilares de seguridad que orientan cada uno de los programas e iniciativas en esa materia:

### REGLAS Y PROCESOS

#### Objetivo:

Regular conductas a través del establecimiento de políticas, estándares, códigos, certificaciones, evaluaciones periódicas y auditorías internas, entre otras iniciativas.

1

### CULTURA

#### Objetivo:

Reforzar comportamientos positivos a través del reconocimiento, la realización de programas sobre seguridad y la promoción del liderazgo positivo, entre otras iniciativas.

2

### COMUNICACIÓN

#### Objetivo:

Fortalecer la información y retroalimentación sobre seguridad a través de la generación de metas, encuestas de satisfacción, boletines de comunicación interna y reuniones periódicas, entre otras iniciativas.

3

### INFRAESTRUCTURA Y TECNOLOGÍA

#### Objetivo:

Reforzar la seguridad a través del diseño y mantenimiento óptimo de la infraestructura, en complemento con la actualización tecnológica y la utilización de metodología para registro y estadísticas.

4

### SOCIOS

#### Objetivo:

Velar porque los contratistas y terceros cumplan los estándares de seguridad, reglas y procesos, incorporando metas de seguridad y reglamentos en los contratos y la creación de la academia de técnicos de seguridad, entre otras iniciativas.

5

### SALUD INTEGRAL

#### Objetivo:

Gestionar la salud y calidad de vida desde distintos ámbitos: programas de salud mental, ergonomía, prevención del consumo de sustancias ilícitas, monitoreo de los ambientes de trabajo, control de horas extras, entre otros.

6





## IDENTIFICACIÓN DE PELIGROS, EVALUACIÓN DE RIESGOS E INVESTIGACIÓN DE INCIDENTES

GRI 403-2

En nuestras operaciones tenemos procedimientos que refieren a la identificación de peligros y evaluación de riesgos, que establecen mecanismos para identificar, analizar y valorar la probabilidad y gravedad de las actividades que realizan las personas. El proceso de revisión es periódico, incluyendo controles de mitigación conforme a la Norma ISO 45001, dando como resultado un valor residual del nivel de riesgos. Dicha evaluación la realiza un equipo multidisciplinario formado y especializado con alto conocimiento sobre las tareas realizadas y en materia de seguridad ocupacional. Todas las tareas que se realizan, las valoraciones y los mecanismos de mitigación quedan expuestos en un documento integrador conocido como Matriz de Identificación de Peligros y Valoración de Riesgos.

El proceso de análisis de incidentes incluye la descripción de lo sucedido, búsqueda de causas raíz mediante distintos métodos, planteo de acciones correctivas y preventivas, designación de responsables y seguimiento de acciones. Este proceso es liderado por la supervisión directa con asesoramiento de los especialistas del área de SSO. De manera adicional, existe un programa SIF/SIFp (Serious Incident or Fatalities or potencial) que se aplica a incidentes con consecuencias graves o potencial de haber causado algo grave, donde se adiciona un comité interdisciplinario para tratar cada caso particular.



### EVALUACIÓN DE RIESGOS: ARGENTINA

Coca-Cola Andina Argentina cuenta con una extensa matriz de riesgo. Esta se releva en función de variables relacionadas con la probabilidad, la gravedad potencial y la exposición en cuanto a cantidad de personas y frecuencia, en concordancia con la norma ISO 12.100. Además, la probabilidad de riesgo se evalúa de acuerdo a otras subvariables que atañen a infraestructura, procesos, capacitaciones y el factor humano, con una periodicidad bianual, para así obtener una escala de riesgos que permita disminuirlos hasta llegar a cero.

### MITIGACIÓN DE RIESGOS SIGNIFICATIVOS PARA LA SALUD Y LA SEGURIDAD EN EL TRABAJO DE TERCEROS

GRI 403-7

Se implementó una gestión integral de seguridad, la gestión 360, que involucra a todos los colaboradores relacionados con Coca-Cola Andina para reducir la tasa de accidentes. Las principales empresas contratistas deben cumplir con los mismos estándares de seguridad a través de contratos que imponen compromisos, incluyendo la demostración de planes de riesgo y la realización de capacitaciones. Cada operación cuenta con incentivos remunerativos y se adhiere a estrictas normas y protocolos evaluados continuamente.

## SALUD EN EL TRABAJO Y SITUACIONES DE EMERGENCIA

GRI 403-3, 403-10

La Compañía cuenta con un enfoque integral para el bienestar de los trabajadores, combinando estrategias preventivas y reactivas, a través de beneficios personalizados para mejorar la calidad de vida laboral y general. También proporciona asesoría continua de profesionales médicos y enfermeras para prevenir y detectar enfermedades laborales y ergonómicas. Además, brinda beneficios de salud fuera de la empresa, como seguros, acceso preferencial a exámenes, y préstamos sin intereses para intervenciones médicas.

En todas nuestras operaciones contamos con servicio médico 24 horas con presencia en las plantas productivas. Dicho servicio se encarga de cubrir atención de cualquier índole y derivación en caso de ser necesario. Además, para responder a situaciones de emergencias, contamos con equipos de brigadistas con representantes en todas las áreas que periódicamente organizan simulacros de emergencias y cuentan con el apoyo de los médicos presentes en las plantas productivas.

### PROCESOS DE PARTICIPACIÓN Y CONSULTA A LOS TRABAJADORES PARA LA APLICACIÓN Y EVALUACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

Para detectar posibles riesgos y peligros, la Compañía hace partícipes a los colaboradores expuestos, instaurando grupos de trabajo en los que también convergen equipos encargados de la seguridad, así como profesional médico o de salud.

Por ejemplo, en Coca-Cola Andina Paraguay, contamos con el desarrollo de una app de Gestión QSE donde los trabajadores pueden reportar de manera inmediata cualquier incidente u observación de condiciones o actos inseguros. Luego estos reportes son tratados por comités multidisciplinarios. Estamos impulsando la futura implementación de esta App en el resto de nuestras operaciones.





### COMITÉ PARITARIO DE HIGIENE Y SEGURIDAD

GRI 403-4

En cumplimiento con la legislación, Coca-Cola Andina Chile mantiene un Comité Paritario de Higiene y Seguridad con representantes equitativos de la empresa y trabajadores, elegidos en votaciones abiertas y reportados anualmente a la Mutual de Seguridad. Además, un equipo de Salud y Seguridad de las Personas informa regularmente sobre los resultados en accidentabilidad y metas de la Compañía.

### FORMACIÓN SOBRE SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

GRI 403-5

La Compañía ha implementado un plan anual de capacitación que surge de comités y reuniones, identificando las necesidades de formación. Durante 2023, en las filiales, se llevaron a cabo charlas, talleres y simulacros de evacuación, complementados con capacitaciones técnicas cruciales para habilitar a los trabajadores en funciones específicas. Estos planes abarcan a toda la Compañía en sus diversos niveles.

Algunos de los programas de formación más relevantes en el año 2023 fueron: primeros auxilios, seguridad eléctrica, evaluación de riesgos de máquinas, trabajos en altura, equipos de protección personal, uso y manejo de extintores.

67.912

Horas de  
capacitación en  
temáticas de  
seguridad



29.237

Personas  
capacitadas en  
seguridad







# 4

Presencia en los mercados, clientes y consumo: refrescando momentos

# NUESTRA PRESENCIA EN LOS MERCADOS

GRI 2-6

Coca-Cola Andina cuenta con operaciones en Argentina, Brasil, Chile y Paraguay, lo que le permite diversificar sus fuentes de volumen, ingresos y EBITDA ajustado. En cada una de sus franquicias, la principal fuente de negocio son las bebidas no alcohólicas, las que representan el 94,7% del volumen de ventas.



# 272.504

Total clientes

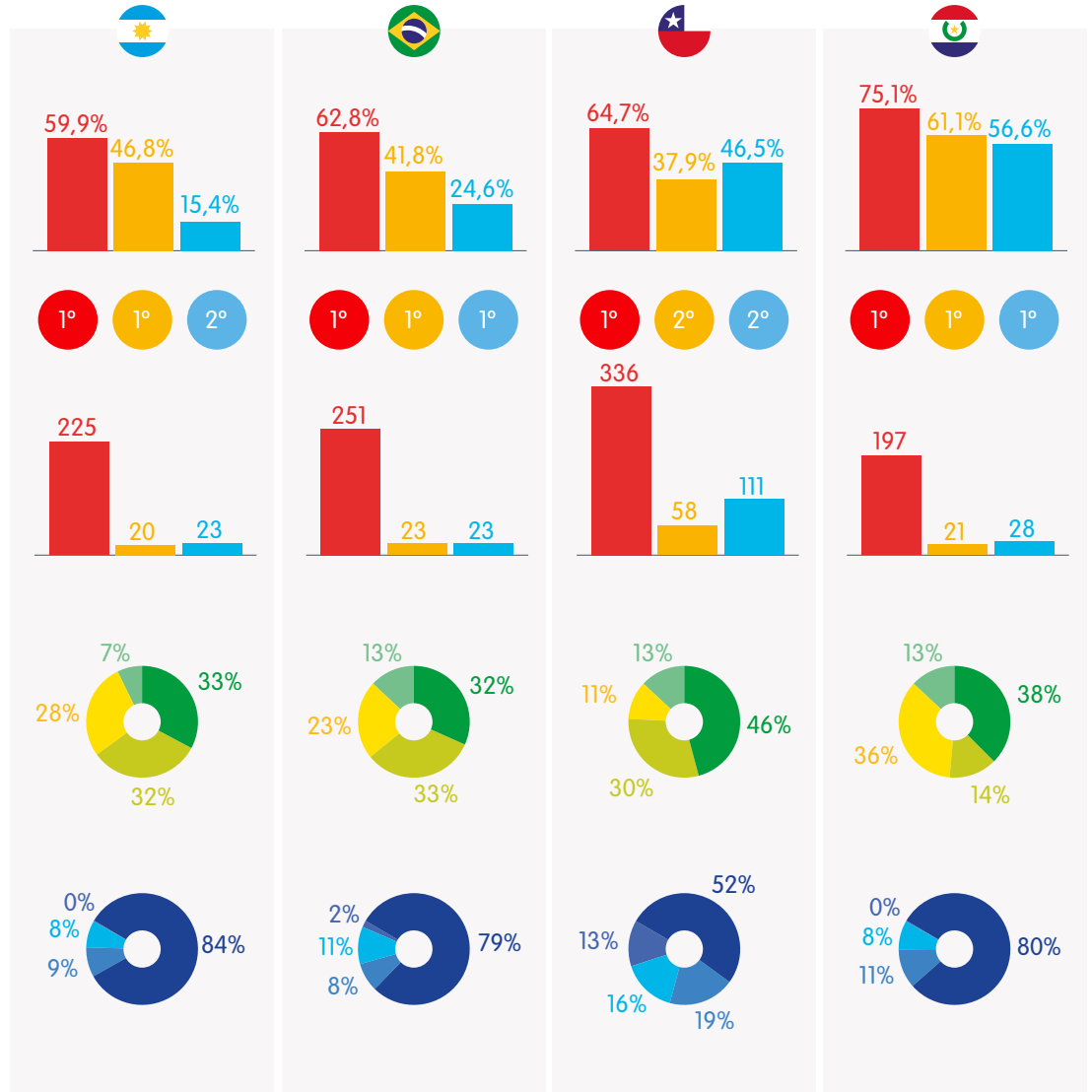
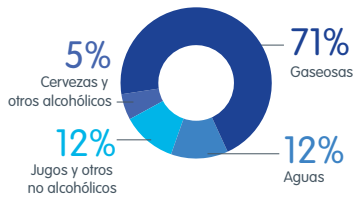
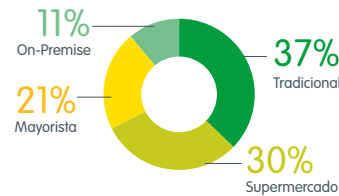
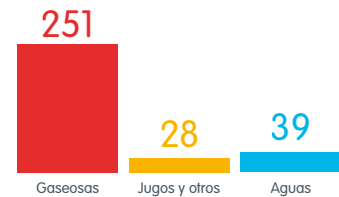
# 57,4 millones

Total de potenciales consumidores

## TOTAL COCA-COLA ANDINA



Posición en participación de mercado



Nota: Puede que los totales no sumen debido a redondeos.

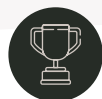
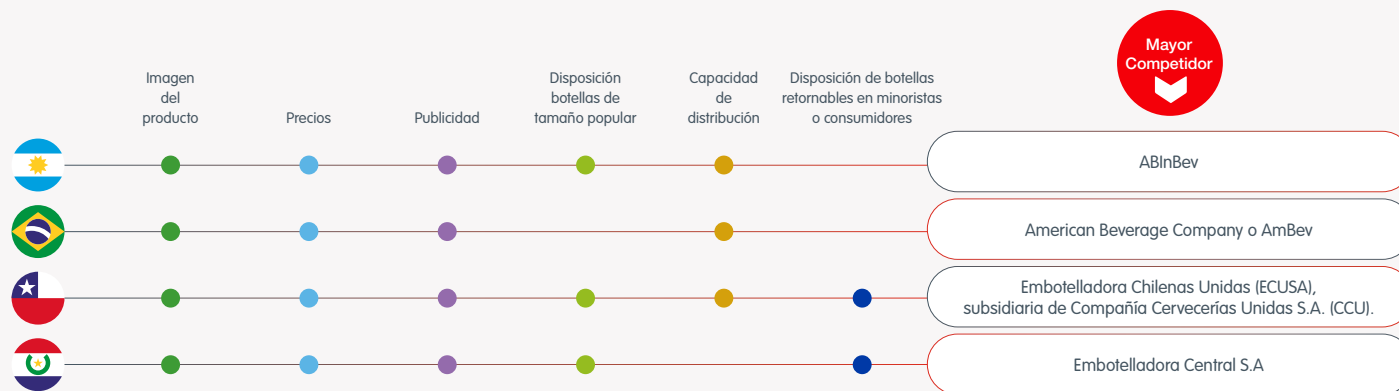
## COMPETENCIA

GRI 2-6 | CMF 6.1.II

En los territorios franquiciados, la Compañía enfrenta una intensa competencia, principalmente de embotelladores de refrescos.



Áreas de mayor competencia de refrescos



## PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS



### Certificación Latam RGM 2023

Resalta las mejores prácticas en la gestión de ingresos a través de la construcción de precios y estrategias de cartera. El equipo de RGM de Coca-Cola Andina Brasil obtuvo la máxima calificación en el premio de RGM LATAM 2023, recibiendo Certificación nivel Oro.



### Programa Evolución del Sistema Coca-Cola Brasil

El equipo de Atención al Cliente de Coca-Cola Andina Brasil obtuvo el 3er lugar en el Programa Evolución del Sistema Coca-Cola Brasil. Este reconocimiento se entrega de forma anual y tiene como objetivo premiar y dar visibilidad a acciones encaminadas a la atención al cliente.



### Top of Mind (TOM)

Coca-Cola Paresa fue la marca más recordada por los paraguayos por octavo año consecutivo. Además en 2023 fue ganadora de la marca más recordada en las categorías de: Gaseosas (Coca-Cola), Jugos Tetra (Ades), Isotónicos (Powerade) y Agua Mineral (DASANI).



### Top of Mind (TOM)

Coca-Cola Paresa fue la marca reconocida en categoría Gaseosas, mientras que Ades y Powerade, en Jugos Tetra e Isotónicos, respectivamente.



### Sello Empresa Sostenible

El Programa "Empresas Sostenibles de Godoy Cruz", es un reconocimiento entregado por la Municipalidad de Godoy Cruz, que premia la integración de buenas prácticas corporativas por parte del sector productivo y empresarial.



### Prospera

Se reconoció a la Compañía entre las mejores de la región en iniciativas estratégicas más relevantes para Latinoamérica, en el canal tradicional por Coca-Cola Latinoamérica COPA de excelencia.



### Mayores industrias 2023

Destaca el valioso aporte de las industrias al desarrollo económico del país. En total son galardonadas 45 industrias pertenecientes a diversos campos como la agricultura, construcción, bebidas, acero, textil, lácteos, farmacéutica, entre otras.



### Marca más valorada por los consumidores

Coca-Cola y DASANI fueron premiadas como la marcas más valoradas en el ranking Prestigio 2023 y Ranking de Marcas 2023 en Paraguay.



### E2E Coolers Program

Certificado que reconoce la excelencia en las operaciones de EDF, entregado por The Coca-Cola Company. Coca-Cola Andina Argentina se ubico como Top 1 en el Cono Sur y Top 2 en LATAM.



### Cyber Awards 2023

www.miCoca-Cola.cl fue escogida por el público de cyber.cl como la marca con más likes dentro de la categoría Alimentos y Bebidas durante el CyberMonday 2023



### Ranking de Marcas

Coca-Cola Paresa fue la marca ganadora en la categoría Bebidas sin Alcohol-Gaseosas, mientras que Frugos fue en la categoría Jugos y Dasani en Aguas.



### 5° lugar Mayores Aportantes de Impuestos

Esste año fuimos reconocidos por la Secretaria de Estado de Tributación SET en base a los aporte mediante impuestos del año 2022.



### Digital Commerce Capabilities

Entregada por The Coca-Cola Company en reconocimiento a las herramientas y procesos de comercio digital de Coca-Cola Andina Argentina.



### MIC de Innovación

Coca-Cola Andina Chile obtuvo el primer lugar en Ranking Most Innovative Companies 2023, del sector bebidas y jugos. El ranking mide y compara anualmente siete dimensiones claves de la innovación: estrategia, cultura, liderazgo, organización, proceso de innovación, uso de activos estratégicos e impacto en la creación de valor.



### Reconocimiento Grupo Impulsor de la Economía Circular

Otorgado por el Ministerio del Ambiente y Desarrollo Sostenible y la Dirección Nacional de Cambio Climático de Paraguay, Coca-Cola Paresa fue reconocida por su aporte a la economía circular. También recibimos el reconocimiento de Consumo Responsable del Grupo Impulsor Economía Circular, otorgado por el Ministerio de Industria y Comercio y BID LAB.



### Prestigio

La marca más valorada por los consumidores en la categoría Gaseosas fue Coca-Cola.



# AMPLITUD DE PORTAFOLIO Y MARCAS

GRI 2-6

# 209

Total de marcas

21  
Gaseosas



17  
Jugos



11  
Aguas



16  
Otras bebidas no  
alcohólicas



144  
Bebidas  
alcohólicas



Total de marcas por tipo de producto





**PRINCIPALES MARCAS**

GRI 2-6 | CMF 6.2.I, 6.2.V

Gaseosas

Jugos y bebidas no carbonatadas

Agua

Cerveza

Bebidas alcohólicas

Argentina market grid showing brands like Coca-Cola, Sprite, Fanta, and others across categories: Gaseosas, Jugos y bebidas no carbonatadas, Agua, Cerveza, and Bebidas alcohólicas.

Brazil market grid showing brands like Coca-Cola, Fanta, Sprite, and others across categories: Gaseosas, Jugos y bebidas no carbonatadas, Agua, Cerveza, and Bebidas alcohólicas.

Chile market grid showing brands like Coca-Cola, Fanta, Sprite, and others across categories: Gaseosas, Jugos y bebidas no carbonatadas, Agua, Cerveza, and Bebidas alcohólicas.

Colombia market grid showing brands like Coca-Cola, Fanta, Sprite, and others across categories: Gaseosas, Jugos y bebidas no carbonatadas, Agua, Cerveza, and Bebidas alcohólicas.

Durante el año 2023 se comercializaron algunas marcas de cervezas como Amstel, Heineken, Sol, Imperial, Palermo, Schneider, Kunstmann, Isenbeck, Miller, Blue Moon, Grolsch, Warsteiner, Iguana, Salta Cautiva y Santa Fe, entre otras.

## NUTRICIÓN Y PRODUCTOS MÁS SALUDABLES

SASB FB-NB-260A.2

La calidad de vida y la salud están estrechamente relacionados con la forma en cómo nos alimentamos, por lo que el compromiso de Coca-Cola Andina es entregar productos de la más alta calidad. Para cumplir ese compromiso, tenemos dos ejes de trabajo: a) certificación FSSC22000 y b) programa de análisis sensorial.

### CERTIFICACIÓN FSSC22000

GRI 416-1 | SASB FB-NB-260A.2

Las operaciones en los cuatro territorios franquiciados de Coca-Cola Andina cuentan con la certificación Food Safety System Certification de la norma de inocuidad alimentaria. Esta certificación exige que la Compañía cuente con un sistema de gestión de seguridad alimentaria, que incorpore buenas prácticas de distribución, que cumpla los principios para el análisis de peligros y puntos críticos de control (HACCP) y los requisitos legales de la industria alimentaria de cada uno de los territorios franquiciados.

### PROGRAMA DE ANÁLISIS SENSORIAL

La Compañía evalúa periódicamente las propiedades organolépticas de sus productos, a través de un panel compuesto por colaboradores que participan de forma voluntaria y que tiene como objetivo medir, analizar e interpretar la percepción de los alimentos a través de los sentidos, para distinguir el grado de aceptación por parte del consumidor.

### INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR Y ETIQUETADO

GRI 417-1 | SASB FB-NB-270A.1, FB-NB-270A.2

Si bien no existe un procedimiento formal destinado a prevenir y detectar incumplimientos regulatorios referidos a los derechos de sus clientes, la Compañía cuenta con un Centro de Atención al Cliente y Consumidores ("CACC"), que recibe y gestiona los reclamos de consumidores finales y clientes comerciales.

Además, se entrega información de manera permanente a los públicos de interés, especialmente a los consumidores, mediante el etiquetado de productos y campañas publicitarias, en línea con la Política de Marketing Responsable, que regula la publicidad de los productos y las estrategias publicitarias. Dicha política señala que ninguna marca de la Compañía podrá mostrar a menores de 13 años consumiendo sus productos sin la presencia de un adulto responsable y que no contrata publicidad en medios de comunicación cuya audiencia de menores de 13 años sea mayor a un 30%.

De acuerdo con la política global de The Coca-Cola Company, todas las etiquetas de productos de sus marcas- excepto las de envases de vidrio y aguas- deben contener la información solicitada en las Guías Diarias de Alimentación (GDA), donde se indica la cantidad de calorías del producto junto con el porcentaje del valor diario (%VD) en el frente de los empaques. Además, se incluye un panel de información nutricional que provee datos sobre proteínas, carbohidratos, fibra, minerales y vitaminas.

Coca-Cola Andina no produce ni vende productos que contienen Organismos Modificados Genéticamente (OMG).

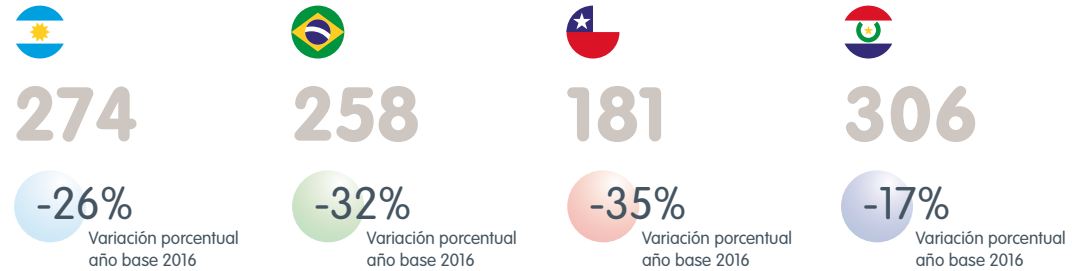


**NUEVOS HÁBITOS, NUEVOS PRODUCTOS**

SASB FB-NB-260A.2

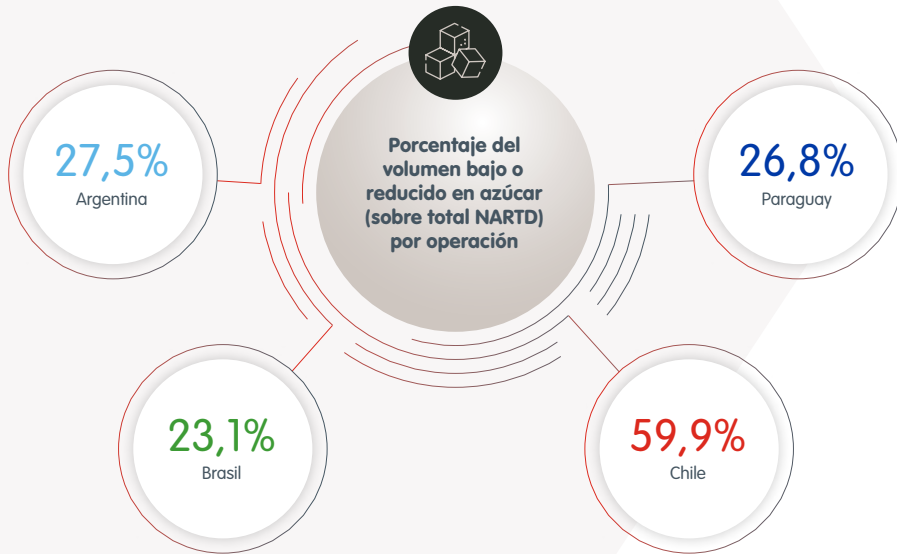
Coca-Cola Andina ha potenciado el desarrollo de bebidas no alcohólicas bajas en calorías y azúcar, lo que ha permitido reducir en 30% su consumo desde el año 2016 y continuar en el camino para alcanzar la meta de 40,75 Kilocalorías vendidos cada 200 ml al año 2030.

Kcal/Litro vendido en 2023



**35%**

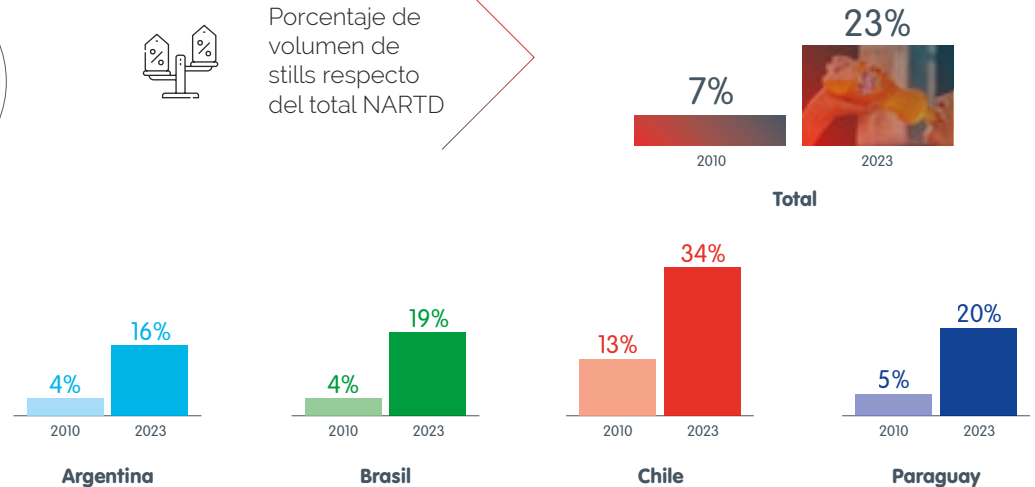
del volumen de bebestibles producidos y comercializados por Coca-Cola Andina son bajos o reducidos en azúcar (sobre total NARTD).



Otro aspecto relevante ha sido el fortalecimiento de la categoría stills, que agrupa aguas, jugos, energizantes e isotónicas, donde se han incorporado nuevos productos y generado una sólida estrategia de ejecución en el mercado.



Porcentaje de volumen de stills respecto del total NARTD



Nota 1: Incluye el volumen de gaseosas, aguas, jugos y otros no alcohólicos vendidos sólo en el territorio Andina.

Nota 2: Considerando a Paraguay como si hubiera sido parte de Andina en 2010, fuente dato: análisis razonado Polar de 2010.

# CLIENTES, CONSUMIDORES Y CANALES

Los clientes y consumidores están al centro de todo lo que hace Coca-Cola Andina y, por este motivo, busca entregar un servicio de excelencia, no solo a través de un amplio portafolio de productos, sino también con una propuesta de valor para cada uno de ellos, en los distintos canales de venta.

En esta línea, continuamos avanzando con nuestra agenda de transformación digital, convencidos a que la innovación y las nuevas tecnologías nos permiten fortalecer nuestra relación con clientes y consumidores, generar mayor productividad y eficiencia, de manera rentable y sostenible.



## MODELO DE CO-CREACIÓN, GENERANDO VALOR JUNTO AL CLIENTE Y EL CONSUMIDOR





## PRINCIPALES CLIENTES POR PAÍS

GRI 2-6 | CMF 6.2.IV



- ◀ Importadora y Exportadora de La Patagonia S.A.
- ◀ Inc. Sociedad Anónima
- ◀ Cencosud S.A.
- ◀ Dorinka S.R.L.
- ◀ Mistura S.A.
- ◀ G & A Distribuciones S.A.S.
- ◀ López Hnos. S.R.L.
- ◀ Millan S.A.
- ◀ Cooperativa Obrera Limitada de Conusmo y Vivienda
- ◀ Sita S.A.
- ◀ Dinosaurio S.A.
- ◀ Dia Argentina S.A.



- ◀ Sendas Distribuidora S.A.
- ◀ Atacadao S.A.
- ◀ Supermercados Mundial Ltda.
- ◀ Cencosud Brasil Comercial Ltda.
- ◀ Super Mercado Zona Sul S.A.
- ◀ Savegnago Supermercados Ltda.
- ◀ Casas Guanabara Comestiveis Ltda.
- ◀ Cia. Brasileira De Distribuicao
- ◀ Realmar Distribuidora Ltda.
- ◀ Carrefour Com E Industria Ltda.
- ◀ Vila Santa Cruz C de G Alimenticio
- ◀ Drift Comercio De Alimentos S.A.



- ◀ Walmart Chile S.A.
- ◀ Cencosud Retail S.A.
- ◀ Rendic Hermanos S.A.
- ◀ Hipermercados Tottus S.A.
- ◀ Alvi Supermercados Mayoristas
- ◀ Alimentos Fruna Ltda.
- ◀ Super 10 S.A.
- ◀ Ok Market S.A.
- ◀ Sodexo Chile SPA
- ◀ Distribuidora y Comercializadora Tilicura S.A.
- ◀ Aramark Servicios Mineros y Rem.
- ◀ Comercial Liquidos OFF SPA



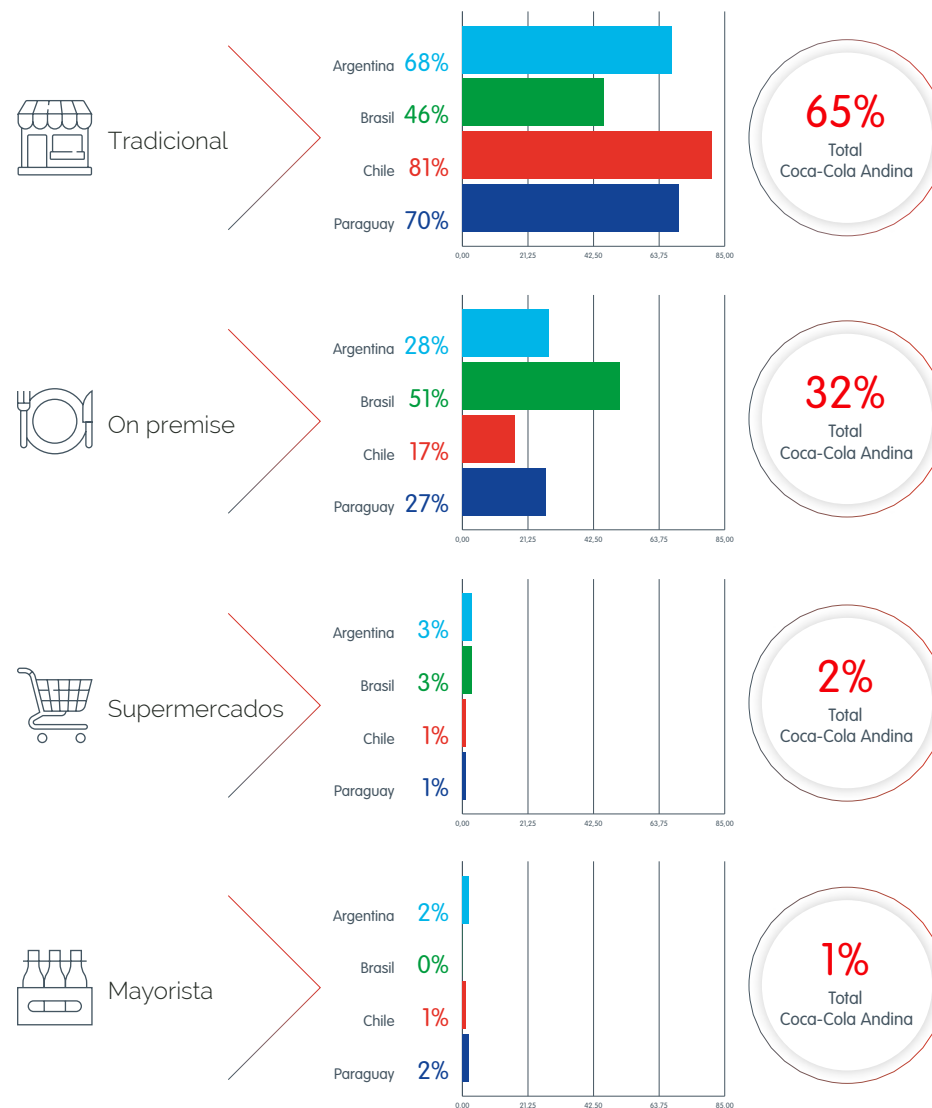
- ◀ Cadena de Supermercados Retail S.A.
- ◀ Cadena de Tiendas de Cercania Biggie
- ◀ McDonald's.
- ◀ Mayorista Lekaja S.R.L.
- ◀ Cadena de Supermercados Luisito
- ◀ Cadena de Supermercado Box
- ◀ Mayorista Bodega Don Juan S.R.L.
- ◀ Mayorista Fortis
- ◀ JS Depósito
- ◀ Cadena de Supermercados Real
- ◀ Preventa Deposito Santa Carolina
- ◀ Supermercado Baratote

Ningún cliente por sí solo representa más del 10% de las ventas efectuadas.

## PORCENTAJE DE CLIENTES POR CANAL

CMF 6.2.II, 6.2.IV

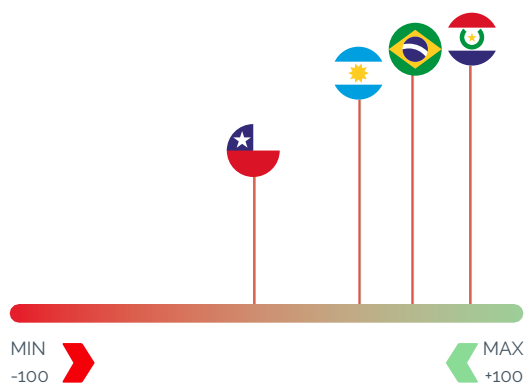
La Compañía desarrolla estrategias para cada uno de sus canales de venta, buscando que los consumidores reconozcan las marcas que comercializa en cada uno. Ningún cliente por sí solo representa más del 10% de las ventas efectuadas, en ninguna de las operaciones.



## SATISFACCIÓN DE CLIENTES Y CONSUMIDORES

Los clientes son el centro de la estrategia y su satisfacción respecto del nivel de servicio es una variable clave para la gestión. Para esto, se cuenta con una medición sistemática y metodológicamente alineada en los cuatro países donde opera.

### % SATISFACCIÓN DE CLIENTES



## PROGRAMAS DESTACADOS CON CLIENTES

### PROSPERA

**PARA FORTALECER EL LIDERAZGO TERRITORIAL DE LOS ALMACENEROS DE LATINOAMÉRICA, EL SISTEMA COCA-COLA LANZÓ EL AÑO 2020 ESTA INICIATIVA QUE BUSCA ROBUSTECER INTEGRALMENTE LOS NEGOCIOS DEL CANAL TRADICIONAL, ASESORANDO A SUS DUEÑOS PARA MEJORAR LA GESTIÓN Y POTENCIAR SUS VENTAS A TRAVÉS DE CAPACITACIONES EN TEMAS COMO: REPENSAR LOS LOCALES, DESARROLLO DE HERRAMIENTAS DE GESTIÓN Y VENTA, MARKETING Y ESTRATEGIAS DIGITALES ORIENTADAS A LA EXPERIENCIA DE COMPRA DE SUS CLIENTES, ENTRE OTRAS.**

**3.000**  
Nuevos clientes

El foco principal fue la implementación de herramientas digitales, sobre todo los pagos digitales. Como una forma de premiarlos, se les apoyó con materiales para el punto de venta como activos de frío, muebles o racks y también a los de mejor desempeño, se les entregaron beneficios de los programas de valor.

**2.054**  
Nuevos clientes

Esta iniciativa tiene como objetivo capacitar a los dueños de locales de pequeño retail (minimercado y tradicional) y rota (bar y restaurantes) para mejorar su gestión comercial, junto con la entrega de materiales y accesorios para sus puntos de venta, facilitando equipos de frío, apoyo en planes comerciales y publicidad, entre otros.

**3.520**  
Nuevos clientes

Este programa tiene como objetivo apoyar el desarrollo y crecimiento de los almacenes, con especial foco en canal tradicional, así como de emprendimientos, a través de la entrega de materiales para el punto de venta, como máquinas de frío. Con el transcurso de esta iniciativa, estos negocios han crecido de forma sostenida, gracias al aumento de los puntos de contacto dentro del local y la generación de una experiencia de compra fácil y expedita para el consumidor final, entre otros aspectos.

**1.902**  
Nuevos clientes

Este programa permite proteger y desarrollar a clientes del Canal Tradicional (despensas y autoservicios) a través de herramientas que aportan al crecimiento del punto de venta. Desde su implementación, les hemos apoyado instalando equipos de frío, racks y otros materiales de comunicación de ocasiones de consumo e imagen de marca. Además, para contribuir con su sostenibilidad, desarrollamos un plan de fortalecimiento para ellos a través de capacitaciones virtuales y presenciales en temas relacionados a ventas, comunicación y marketing.



## CLIENTES DIGITALES

A través de diversas herramientas digitales se busca que los clientes puedan realizar transacciones de forma rápida y eficiente, relacionándose con la Compañía de una manera productiva, digital las 24 horas, los 7 días de la semana.



# 146.717

Total clientes registrados

# 106.752

Total de clientes que desarrollan compra o pedido

Plataformas digitales para clientes



	Plataforma	Registrados 2023	Con pedido 2023
Argentina	MI COCA-COLA	48.965	16.629
	EDI	795	637
Brasil	MI COCA COLA	11.849	13.992
	MI COCA-COLA*	14.984	19.182
	COKE.NET	997	1.399
Chile	EDI	110	295
	MI ANDINA	35.440	23.382
	EDI	893	893
Paraguay	MI COCA-COLA	32.250	29.909
	MI COCA-COLA*	23	23
	EDI	411	411
<b>TOTAL</b>		<b>146.717</b>	<b>106.752</b>

\*WhatsApp - KOBOOS.



### Mi Andina / Mi Coca-Cola Clientes

Nuestra plataforma B2B ya se encuentra implementada en nuestras 4 operaciones, Argentina, Brasil, Chile y Paraguay, permitiendo a nuestros clientes acceder en cualquier momento a un abanico de propuestas personalizadas para cada uno de ellos como ser ofertas, promociones, catálogos de productos, descuentos, concursos, junto con visualizar un pedido sugerido, construido a la medida para cada uno de ellos, a través de Machine Learning e inteligencia artificial. Adicionalmente les permite autogestionar su compra y sus pagos de manera 100% digital.



### Mi Coca-Cola whatsapp

Adicionalmente a nuestra solución web responsiva y aplicación, también ofrecemos la misma propuesta de valor a través de WhatsApp para aquellos clientes que se encuentran menos familiarizados con la tecnología pueden realizar compras de manera sencilla e intuitiva, guiadas por un BOT. Por último, en Brasil ofrecemos Cokenet a nuestros clientes KeyAccount, esta solución fue desarrollada por la compañía Coca-Cola.

## CONSUMIDORES

Coca-Cola Andina busca generar un vínculo que permita conocer sus preferencias y actitudes para identificar oportunidades de mejora en los procesos.

# 57,4 millones

Total de potenciales consumidores



## CONSUMIDORES DIGITALES

### Coca-Cola en tu Casa / Coca-Cola Na Sua Casa / Mi Coca-Cola / Mi Portal Coca-Cola

Es un canal digital de venta y servicio directo (D2C), donde pueden comprar y recibir directamente en sus casas el portafolio completo de los productos que comercializa Coca-Cola Andina, incluyendo productos retornables y alcoholes, entre otros. Estas plataformas tienen un nivel de recomendación de 75% en Argentina, 70% en Brasil y logrando valores benchmark globales en Chile con 82%.

Consumidores que realizaron compras por las plataformas D2C

 + de **10,2 mil**  
Coca-Cola en tu Casa

 + de **5,6 mil**  
Coca-Cola Na Sua Casa

 + de **85,9 mil**  
Mi Coca-Cola

 + de **2,5 mil**  
Mi Portal Coca-Cola

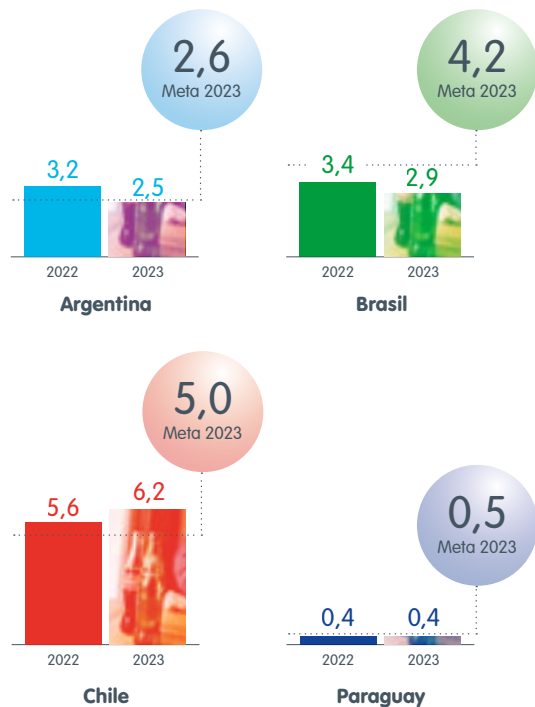
### Promos Digitales Argentina

Para acceder a las promociones digitales, el usuario obtiene una clave de canje escaneando un código QR, el cliente valida el código y le entrega la promoción al consumidor. Se está implementado en todos los territorios franquiciados de Argentina junto a The Coca-Cola Company.

 **27.671**  
Consumidores participaron en 2023

**120.826**  
Canjes en 2023

Tasa de reclamos del consumidor



Notas: Tasa de reclamos = (Nº reclamos operacionales \* 1.000.000) / Botellas Vendidas.



# DIGITALIZACIÓN E INNOVACIÓN

CMF 3.1.V

## FRAMEWORK DE ESTRATEGIA DIGITAL

En términos de digitalización, en 2023 se continúa con la estrategia de fortalecer el ecosistema digital y de innovación de Coca-Cola Andina, con nuevos proyectos que ofrecieran una mejor experiencia del cliente. Además, la Compañía sigue reforzando el uso de la tecnología y herramientas desarrolladas en el periodo anterior, como la automatización de procesos a través de inteligencia artificial, y la predictibilidad en la operación con la generación de algoritmos para Data & Analítica.



## PROCESOS INTERNOS

Continuar digitalizando y automatizando nuestros procesos operativos para generar una compañía que toma decisiones y acciones cada vez más ágiles y basadas en datos, de forma de maximizar su productividad, eficiencia y rentabilidad. Todo lo anterior tomando como acelerador la integración de procesos realizada en los últimos 5 años en una única Plataforma Transaccional (SAP) y las capacidades montadas para desarrollo Digital en la infraestructura Cloud de Amazon Web Service.

<b>16</b> Células Agile de Productos Digitales	<b>72.975</b> Horas automatizadas
<b>103.098</b> Clientes transaccionando Digitalmente	<b>1.500</b> Colaboradores capacitados en Data Analytics
	<b>160</b> colaboradores trabajando en el desarrollo de productos digitales

### TORRE DE CONTROL DIGITAL

Plataforma de data analítica alojada en la nube, a la que los operadores acceden por internet, permitiendo tomar decisiones en tiempo real de cargas, transporte, sobretiempo, acarreo de productos, planes de producción, etc. Esta iniciativa cuenta con más de 500 usuarios con acceso diario 25 paneles operacionales de gestión. Adicionalmente, a través de la data procesada en esta plataforma, se generan notificaciones de forma automática a clientes respecto al estado de sus pedidos, junto con Modelos de Machine Learning para la predicción de anomalías en los mismos, haciendo cada vez más eficiente nuestra operación.

### OPTIMIZADOR DE CARGAS DE DISTRIBUCIÓN

Producto Digital creado internamente con equipo multidisciplinario de Coca-Cola Andina y la ayuda de asesores externos. Permite optimizar la utilización de los camiones de reparto e incrementar la productividad en el proceso de picking, logrando eficiencias en nuestro route to market logístico y una mayor capacidad en nuestros centros de distribución. Contar con este desarrollo interno ha sido clave para adaptar los procesos logísticos a la incorporación de nuevas categorías (alcohol, helados, entre otros).



### PLANIFICACIÓN DE STOCKS

Junto con el Centro Nacional de Inteligencia Artificial de Chile (CENIA), desarrollamos un modelo propio para la planificación de traslado de stock desde Plantas de Producción y socios a nuestros Centros de Distribución en todo el país. El desarrollo de este producto digital no solo nos permitió ahorrar licencias de software, sino también lograr una mejora en el nivel de disponibilidad de stocks para venta.



## PAGOS DIGITALES

A través de pagos digitales, se busca brindar a los clientes un set de soluciones que les permita mejorar su experiencia de compra, simplificándola y haciéndola más rápida, junto con la seguridad física, monetaria y sanitaria del proceso.

## DATA & ANALYTICS

Coca-Cola Andina busca convertirse en una empresa data driven (decisiones basadas en el análisis de datos).



### CUSTOMER GAUGE

Basado 100% en el Sistema de Gestión de Experiencia del Cliente, en Brasil y Paraguay, este proyecto distribuye y captura feedback de los clientes en tiempo real, información que ha permitido reducir la insatisfacción, aumentar las ventas y cerrar nuevos negocios, basándose en el NPS y la Satisfacción al Cliente como indicadores claves, donde se han definido metas del 65% y 85%, respectivamente.

### PEDIDO SUGERIDO

Este proyecto, que fue desarrollado 100% con equipos internos, permite generar una recomendación personalizada de compra a cada uno de los clientes, en base a su comportamiento histórico y variables del entorno. Dicha solución se encuentra implementada en el 100% de los clientes de nuestras cuatro operaciones, Argentina, Brasil, Chile y Paraguay, logrando 6,1% de aumento en el volumen de su acto de compra, mejorando la experiencia de compra y reduciendo los OOS en los clientes.

### CONECTIVIDAD DE COOLERS EN EL MERCADO

Esta solución basada en tecnología de IoT (Internet de las cosas) y analítica avanzada, recoge datos de nuestros coolers y los integra con información de nuestros sistemas, con el objetivo de predecir fallas que pudieran afectar la experiencia de nuestros clientes y por ende, el volumen de ventas. Adicionalmente nos permite tener un monitoreo constante de nuestros coolers en el mercado.

### MI COCA-COLA (ARGENTINA)

Dentro de la plataforma B2B, contamos con un módulo de pago digital que permite reemplazar el pago en efectivo al conductor del camión. Durante el año 2023, más de 22 mil clientes la utilizaron y, en Argentina, generó un ahorro de costos asociados al manejo de dinero en efectivo de US\$3.218.294 millones.

### IMPULSANDO EL PAGO CON BOLETO Y PIX EN BRASIL

En Brasil, el 100% de nuestros clientes paga via Boleto o PIX, reduciendo al 100% el manejo de dinero en efectivo, facilitando la trazabilidad de los pagos.

### NINA FASE II

Proyecto que busca mejorar la experiencia del cliente ofreciendo nuevos servicios financieros y tributarios a través del chatbot Nina - WhatsApp y URA. Este proyecto permitió reducir la morosidad, aumentar las ventas evitando bloqueo de clientes, simplificar los procesos tributarios y aumentar la inclusión digital de Andina Brasil.

### OPCIONES DE PAGO DIGITAL EN CHILE Y PARAGUAY

En Chile y Paraguay existen estas alternativas, tanto el momento de la entrega del pedido vía POS como a través de portales de pago que permiten transferencias y operaciones con tarjetas de crédito y débito. En Chile, el 34,7% de clientes optó por medios de pagos digitales, mientras que en Paraguay el 4,7%.



## TALENTO & EQUIPO DIGITAL

En Coca-Cola Andina hemos impulsado el proceso de transformación digital definiendo dos grandes equipos de trabajo, los que nos permiten operar de forma ambidiestra. Por una parte, tenemos al equipo "Lean", cuyo objetivo es poner a disposición de nuestros consumidores, el portafolio de productos y los canales de venta, logrando el máximo de eficiencia y productividad al mínimo costo.

Por otra parte, contamos con más de 15 células "Agile", incluso algunas de ellas ya agrupadas en tribus, que empujan y desarrollan productos digitales que permiten a la Organización operar cada vez mejor a través de herramientas, soluciones y plataformas digitales para los distintos equipos de negocio.



## ECOSISTEMA DE INNOVACIÓN

Entendemos el valor que agregan nuevas visiones, herramientas, metodologías y experiencias para abordar los desafíos que nos presentan los clientes y consumidores. Por este motivo, hemos lanzado diversos desafíos y desarrollado Pruebas de Concepto (POC), las que -en caso de éxito- se han convertido en proyectos y/o soluciones definitivas implementadas en nuestra Compañía.

### Utilización de Inteligencia Artificial para mejorar la Eficiencia Operacional - Brasil

La Planta de Producción de Duque de Caixas es una de las modernas del sistema Coca-Cola y cuenta con un nivel elevado de automatización y digitalización de sus procesos. Aun así, junto con el startup Valiot se ha realizado un Piloto incorporando Modelos de Machine Learning para predecir fallas en tiempo real y tomar acciones correctivas antes de que las mismas ocurran, buscando lograr una mejora en la OEE de la planta del orden de 1%.



## INNOVACIÓN EN LA CADENA DE VALOR

CMF 3.1.V

La innovación es parte fundamental de la cultura de Coca-Cola Andina, agregando valor al proceso productivo, incorporando nuevas ideas internas y externas, lo que permite consolidar una mejor propuesta de valor y aportar al desarrollo sostenible de la Compañía y de los socios comerciales.

Durante 2023, Coca-Cola Andina destinó Ch\$4.930 millones para el desarrollo de la estrategia de innovación, la que se estructura en tres pilares: i) cultura interna, ii) relación con el ecosistema de innovación y iii) vinculación con el sistema de experiencia del cliente. Estos pilares permiten focalizar la innovación, generando eficiencia y productividad en todas las operaciones.

Para más detalles sobre el plan de inversiones, revisa el capítulo 1.



## PROGRAMA DE ENTRENAMIENTO JUNTO AL MASSACHUSETTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY (MIT) PARA DISEÑAR E IMPLEMENTAR PRODUCTOS DIGITALES

Durante 2023, en conjunto con el MIT, una de las universidades más prestigiosas en el ámbito de tecnológico a nivel mundial, desarrollamos un Programa In-company que alcanzó a 40 Product Owners y líderes de negocio. El foco fue la generación de habilidades para el desarrollo de productos, innovación, y liderazgo de equipos digitales de alto rendimiento.



## AUTOMATIZACIÓN DE LOS PROCESOS

Coca-Cola Andina implementó nuevas tecnologías y proyectos digitales que le han permitido capturar valor en sus procesos bajo dos grandes pilares.



### PILARES DE LA AUTOMATIZACIÓN

Predictibilidad en la operación

Incrementar la visibilidad de procesos en el flujo de información y datos es una prioridad, por lo que se han desarrollado soluciones "en tiempo real y casi tiempo real", permitiendo tomar decisiones basadas en datos y mejorar eficiencias, productividad, costos y nivel de servicio de los procesos.

Automatización de procesos

Coca-Cola Andina cuenta con un equipo especializado en procesos y tecnología para identificar oportunidades que permitan reducir esfuerzos, ganar velocidad y mejorar el servicio a clientes, consumidores y colaboradores.

Además, desarrolla soluciones de automatización en toda la cadena de valor, liberando a los equipos de tareas repetitivas, lo que le permite enfocarse en actividades de mayor valor para la Compañía.



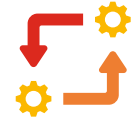
Proyectos destacados

#### Inteligencia Artificial aplicada en la predicción de anomalías en nuestros procesos de Check In de Camiones

Nuestra célula Ágil de Analítica para Back Office ha desarrollado un modelo de Machine Learning que permite identificar situaciones anómalas en el registro de entrada de camiones de distribución a nuestros Centros de Distribución. Este modelo nos ha permitido detectar, por ejemplo, errores de tipeo y registros sospechosos, tomando acciones preventivas y evitando diferencias de inventario.

#### Automatizaciones de instalaciones de equipos de Frio en clientes utilizando Inteligencia Artificial Cognitiva - Paraguay

Combinando Bots (RPA) y modelos de IA Cognitiva hemos logrado automatizar por completo nuestro proceso de registro y notificación de instalaciones de equipos de frío en el mercado, logrando una mejora en el time to market junto con una mayor productividad en el proceso.



## ¿QUÉ SON LOS BOTS?

**LOS BOTS (TÉRMINO QUE PROVIENE DE ACORTAR LA PALABRA "ROBOT") ES UN PROGRAMA QUE REALIZA TAREAS REPETITIVAS, PREDEFINIDAS Y AUTOMATIZADAS. ESTAS SON ALGUNAS DE LAS INICIATIVAS IMPLEMENTADAS A TRAVÉS DE BOTS EN CADA OPERACIÓN:**



### ARGENTINA

- ◀ Órdenes de compra para abastecer repuestos industriales.
- ◀ Registrar el más del 50% de las facturas de proveedores.
- ◀ Endosar cheques electrónicos generando ahorros en impuestos.
- ◀ Bloqueo y desbloqueo de producto Supply Chain.
- ◀ Bloqueo y desbloqueo de producto para la venta en función de su Proyección de Stock.
- ◀ Automatización del Programa de valor optimizando la carga impositiva del mismo.



### BRASIL

- ◀ Emitir más de 3 mil pedidos de compra al mes.
- ◀ Gestionar más de 300 notas fiscales de equipos de frío al mes.
- ◀ Alta de nuevos clientes.
- ◀ Automatización de informes de venta de Alcohol y Retornos.



### CHILE

- ◀ Ingresar casi el 70% de las órdenes de venta del Call Center.
- ◀ Traspasar presupuestos entre centros de costo contable.
- ◀ Realizar liquidaciones y post liquidación de camiones.
- ◀ Gestión y creación de solicitudes Kits Iniciales PostMix & Schoperas.
- ◀ Actualización Dotación Transportistas Terceros.
- ◀ Control de Facturas Socios Comerciales



### PARAGUAY

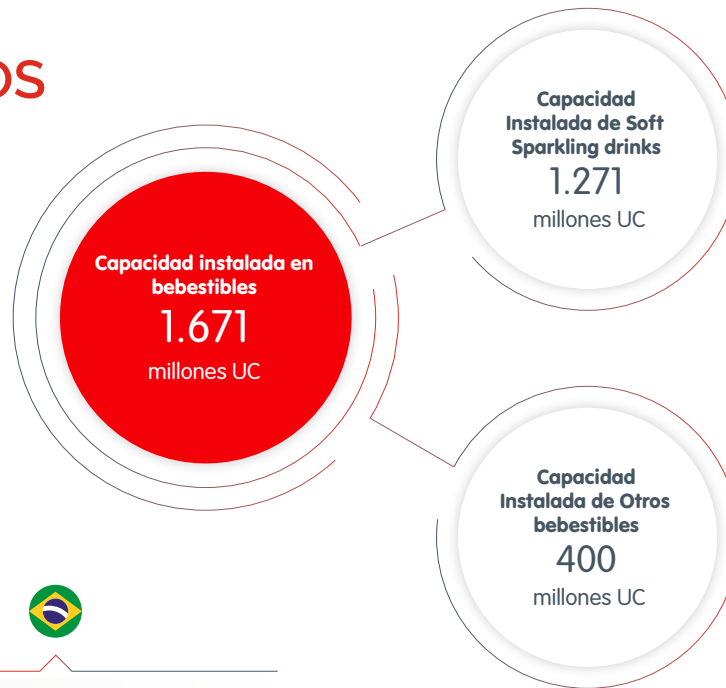
- ◀ Más de 250 Transferencias Bancarias contabilizadas por día.
- ◀ Carga de Contratos de Equipos de Frío utilizando IA Generativa.
- ◀ Carga de Planes de visita para nuevos clientes.
- ◀ Detalle de Producción por hora para ramos de Energía y Agua (Webee).
- ◀ Automatización de Conciliaciones Bancarias (Ingresos).
- ◀ Digitalización de Permisos diarios para trabajos en planta



# PRODUCCIÓN Y PROCESOS EFICIENTES, FLEXIBLES Y ÁGILES

## CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

La excelencia operacional de la Compañía se basa en la mantención de un equipo robusto y la incorporación permanente de tecnología de punta, que tiene como objetivo dotar de infraestructura de alta capacidad a cada una de las instalaciones productivas para satisfacer la demanda de productos y garantizar su calidad, lo que se realiza a través de estrictos controles en los laboratorios de cada planta.



### Argentina

- ◀ Se aprobó una nueva línea de retornables para 2024.
- ◀ Digitalización del sistema Front Office.
- ◀ Mejora de línea Trelew.
- ◀ Inicio de la producción de Ades en la planta de Córdoba.



### Brasil

- ◀ Producción ARTD (alcoholic ready-to-drink) implementada al 100%
- ◀ Aumento en la producción de Campari y Sagatiba.
- ◀ Producción de jugo en Tetra Pack de 1 Litro.
- ◀ Aumento de la cuarta línea de producción de Kapo.



### Chile

- ◀ Con una inversión de Ch\$4.600 millones se amplió la capacidad de almacenaje, picking y estacionamiento de camiones en la planta de Antofagasta.
- ◀ Construcción de una planta de tratamiento de agua en la planta de Renca, lo que permitirá reducir en un 10% su consumo.



### Paraguay

- ◀ Mejora en la utilización de activos mediante una operación multifuncional en las líneas de producción
- ◀ Implementación de una etiquetadora modular para cumplir con la ley de etiquetado frontal.



## FLEXIBILIDAD Y AGILIDAD

La flexibilidad y agilidad son esenciales para adaptarse a cambios en el entorno y satisfacer las necesidades de clientes y consumidores, requiriendo adaptación tecnológica y logística, así como el desarrollo del equipo humano.



### ARGENTINA

- ◀ Adaptación al mercado: priorizando la continuidad de operaciones y el servicio al cliente.



### BRASIL

- ◀ Cambio en el etiquetado de "Rotación Regulatoria".



### CHILE

- ◀ Implementación de estrategia de productividad en Sorting con inspectores y paletizadoras automáticas, reduciendo el esfuerzo físico.



### PARAGUAY

- ◀ Flexibilidad mediante operadores polifuncionales y la capacidad de producir un mismo producto en diferentes líneas de producción.

## PROCESOS Y EFICIENCIA

Este pilar nos permite hacer más eficiente nuestro proceso productivo y capturar las oportunidades que se nos presentan, aumentando nuestra rentabilidad.



### ARGENTINA

- ◀ La Escuela de Logística ha capacitado a 554 colaboradores en más de 4.600 horas de formación.
- ◀ Completar la transición al etiquetado frontal con material reciclable en sus envases retornables.



### BRASIL

- ◀ Se integró la entrega de cerveza con la estrategia de bebidas alcohólicas.
- ◀ Incorporación de vehículos guiados por láser (LGV).
- ◀ Implementación de robots e IoT en logística.



### CHILE

- ◀ Implementación de un sistema para reducir el consumo de agua en las líneas de producción.
- ◀ Automatización del control de pozos para monitorear el consumo.



### PARAGUAY

- ◀ Operaciones con SAP front office durante tres años.





**5**  
Repensando  
el consumo y  
su impacto  
en el  
entorno

# MIRADA CIRCULAR

SASB FB-NB-410A.2 |

La retornabilidad es el núcleo central en la estrategia de empaques sustentables de Coca-Cola Andina, lo que se materializa a través del fortalecimiento del mix de productos en envases retornables y su disponibilidad en el mercado, para así continuar aportando el cuidado del medio ambiente.

## POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL



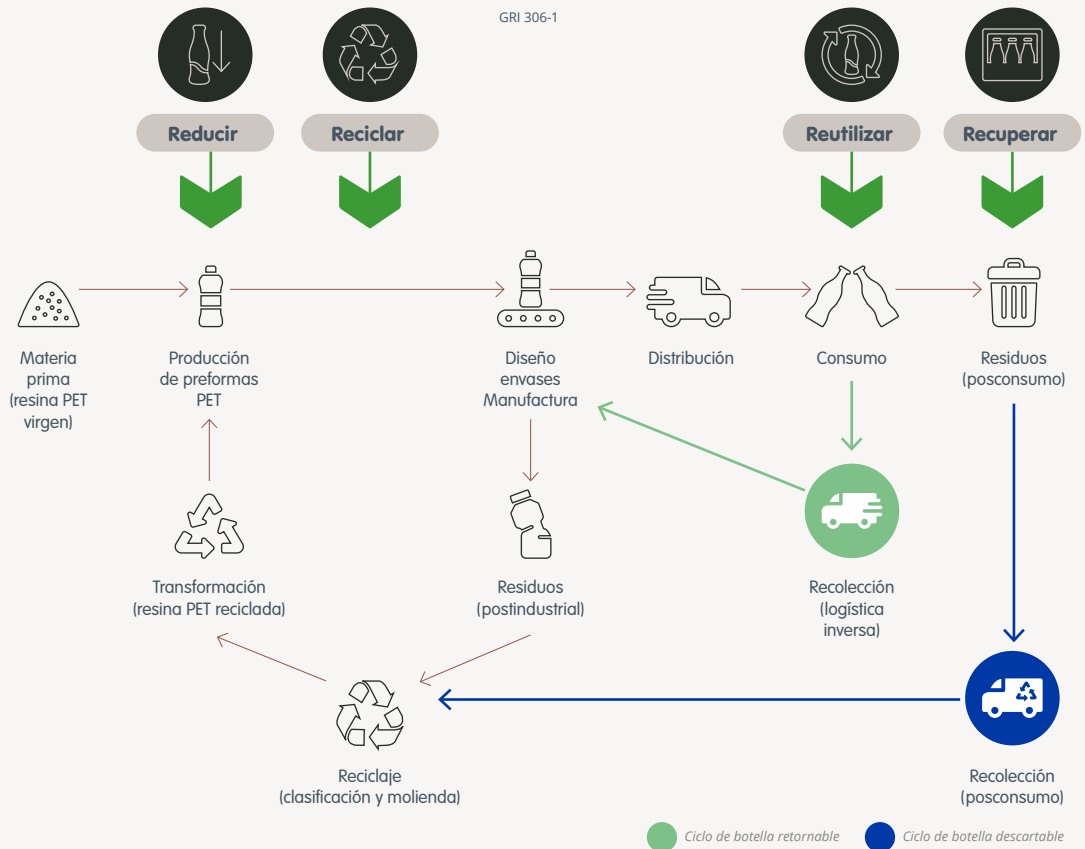
Garantizamos el cumplimiento de leyes y regulaciones ambientales, siguiendo los Requisitos Operativos de The Coca-Cola Company y la norma ISO 14001 como exigencia para todas nuestras operaciones. Nos comprometemos con la eficiencia en el uso de los recursos, la innovación y transparencia, así como con el cumplimiento de objetivos medibles de corto y mediano plazo, los que monitoreamos permanentemente a través del Comité de Cultura, Ética y Sustentabilidad y el Comité Corporativo de Riesgos y Sustentabilidad.

### EJES ESTRATÉGICOS Y EL CICLO DEL USO DEL EMPAQUE

#### EJES ESTRATÉGICOS EN LA GESTIÓN DE EMPAQUES



#### CICLO DEL USO DEL EMPAQUE







**“UN MUNDO SIN RESIDUOS”  
(WORLD WITHOUT WASTE)**

**ES UNA INICIATIVA DE THE COCA-COLA COMPANY QUE PROMUEVE LA ECONOMÍA CIRCULAR.**

**METAS A LAS QUE ADHERIMOS: WORLD WITHOUT WASTE**

**2025**

Portafolio total de empaques **100%** reciclables en 2025

**2030**

Recolectar y reciclar el **100%** de las botellas PET puestas en el mercado para 2030

**2030**

Utilizar al menos 50% de resina reciclada en las botellas PET al 2030

**AVANCE COCA-COLA ANDINA 2023**

SASB FB-NB-410A.1

**100%**

Empaques reciclables

**29,5%**

Botellas PET recolectadas y recicladas

**18,4%**

de resina reciclada en las botellas PET

**OTRAS METAS 2030 RELACIONADAS A PACKAGING Y RESIDUOS**

**42,8%**

de ventas en empaques retornables

**95%**

de residuos sólidos reciclados

**50%**

en material reciclado en todos los empaques

**AVANCE COCA-COLA ANDINA 2023**

**27,5%**

Retornabilidad

**94,1%**

Residuos sólidos reciclados

**23,9%**

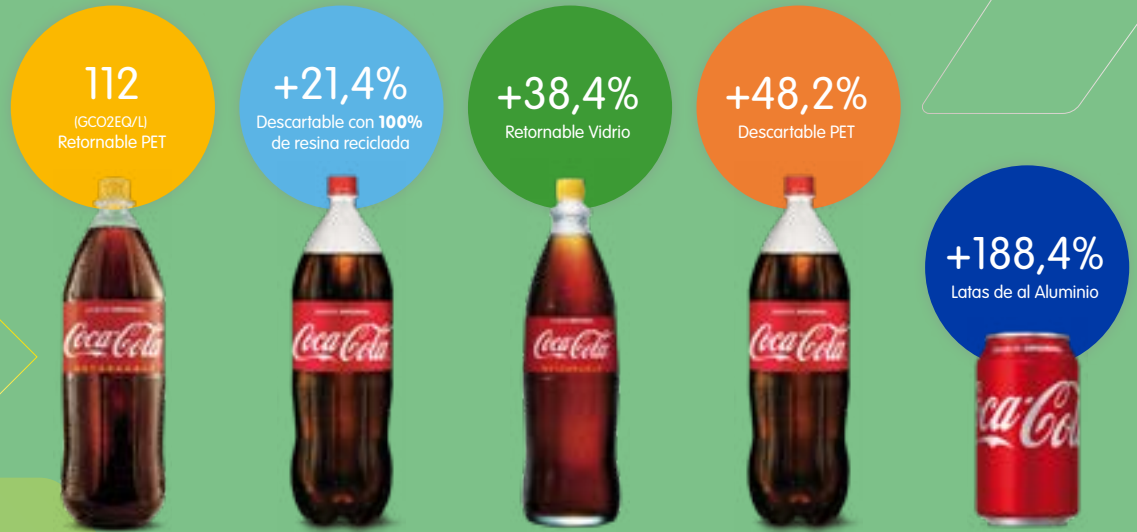
Material reciclado en todos los empaques

**RETORNABILIDAD 360°**

En Coca-Cola Andina hemos implementado acciones dirigidas a nuestros clientes, consumidores, fuerza de venta y comunidades en cada país donde operamos, según las posibilidades materiales que ofrecen nuestras plantas, la cultura local y la sensibilidad sobre el medioambiente. Actualmente, somos el embotellador de The Coca-Cola Company con mayor mix de retornable en las operaciones de Chile, Brasil y Paraguay, y segundos en Argentina.



Emisiones por empaque



Fuente: TCCC Decarbonization Guidebook

¿Cómo avanzamos en retornabilidad?

- Invertimos en activos** para fomentar la disponibilidad y consumo de productos retornables.
- Promociones de retornables** dirigidas a consumidores.
- Destacamos el **ahorro inteligente y amigable** con el medioambiente.
- Ampliamos el portafolio** de retornables.
- Impulsamos **botellas únicas** en distintos formatos según país.
- Definimos **incentivos** para la venta de retornables.
- Aseguramos la competitividad** de los productos retornables.
- Desarrollamos el e-commerce y la **campana botella virtual**, para incentivar la compra de productos retornables.
- Realizamos **foco** en todos los canales de ventas.



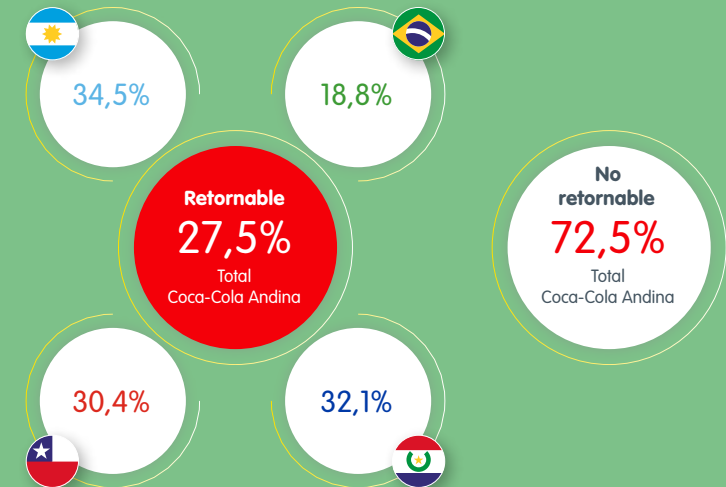
Retornables sobre volumen NARTD\*

**27,5%**  
Volumen de venta NARTD 2023

**29,9%**  
Volumen de venta Meta NARTD 2023

**42,8%**  
Volumen de venta Meta NARTD 2030

Porcentaje del volumen por retornable por país (sobre total NARTD)



\*NARTD: Bebidas no alcohólicas listas para el consumo (Non Alcoholic Ready To Drink)

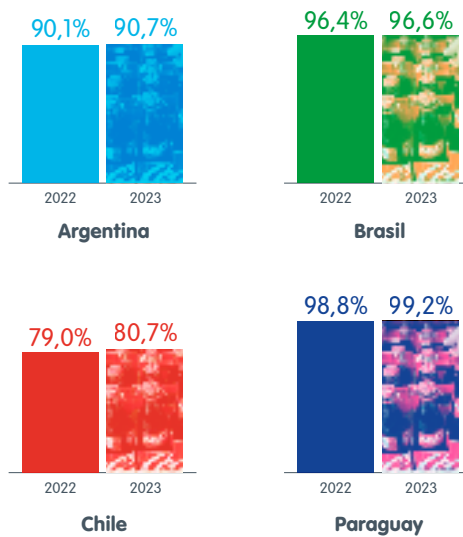




### LÍDERES EN RETORNABILIDAD 2023

GRACIAS A UN TRABAJO COLABORATIVO, QUE INTEGRA EL DESARROLLO DE PROCESOS PRODUCTIVOS Y LOGÍSTICOS CON ENVASES RETORNABLES Y CAMPAÑAS DE CONCIENCIA MEDIOAMBIENTAL SOBRE EL VALOR DE LA ECONOMÍA CIRCULAR, EN 2023, COCA-COLA ANDINA MANTUVO LA PRIMERA POSICIÓN COMO EMBOTELLADORA DEL SISTEMA EN VENTA DE RETORNABLES, CON UN 27,5% EN SUS CUATRO OPERACIONES, SOBRE EL TOTAL DE BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS. ESTO IMPLICÓ 45 MILLONES DE DÓLARES EN CAJAS E INVERSIONES ASOCIADAS A ENVASES Y, HOY, LA CUOTA DE MERCADO DE RETORNABLES SUPERA EL 90% EN ARGENTINA, BRASIL Y PARAGUAY.

Participación de Mercado sobre Sparkling Soft Drinks (SSD) Retornables





## CASOS DESTACADOS: CHILE AVANZA EN RETORNABILIDAD

### DÍA NACIONAL DE REUTILIZACIÓN

Autoridades y representantes de distintas industrias y organizaciones se reunieron para celebrar el compromiso que permite visibilizar las iniciativas de reúso en el país, y así conmemorar cada 30 de mayo el "Día Nacional de la Reutilización". Se trata de una iniciativa impulsada por el Ministerio de Medio Ambiente, País Circular, empresas del sector privado, start-ups, emprendimientos y líderes de sustentabilidad, que incentivan el cuidado del medio ambiente a través de acciones que promuevan el reúso desde sus espacios.

El Día Nacional de la Reutilización también representa un espacio propicio para el diálogo entre diferentes actores involucrados, con el fin de abordar temas relacionados al manejo de residuos y la legislación en torno al reciclaje en nuestro país, en línea con la Ley de Responsabilidad Extendida al Consumidor (Ley REP) y Ley de Plásticos de un solo uso.

### NUEVA CAMPAÑA DE RETORNABLES

Acompañando el mensaje de "Vive la magia de la sostenibilidad con las botellas retornables", Coca-Cola Andina Chile lanzó en el año 2023 una fuerte campaña de concientización que apunta a captar la atención de la generación Z y millennials, para acercarlos a la idea de que la retornabilidad es el mejor camino para el cuidado del medio ambiente y también puede sentirse cool. Todo esto dejando de lado el antiguo concepto de que el consumo de retornables es antiguo y solo para acompañar las comidas de la familia.

**+14 millones**

de chilenos alcanzados

**+6,8%**  
Frecuencia de consumo VS AA

**+0,9%**  
Penetración de Hogares VS AA

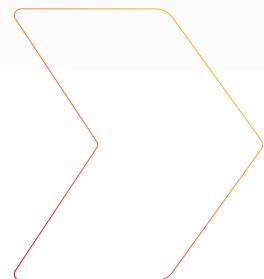


### BOTELLA DIGITAL RETORNABLE

Para facilitar la compra de productos retornables, Coca-Cola Andina Chile ofrece a los consumidores la posibilidad de comprar con botellas virtuales, a través de una aplicación. En 2023 se amplió el piloto de proyecto, llegando a dos salas WallMart, dos salas Cencosud, y en nuestra App miCoca-Cola.cl en Chile.

Actualmente tenemos más de 5,500 usuarios registrados con un 25% de los usuarios generando alguna transacción.

Nuevos lanzamientos retornables





### RECICLAJE DE MATERIALES

El enfoque que la Compañía ha implementado es fortalecer la cadena de reciclaje para obtener materiales que sean aptos para su inclusión en sus envases. En este sentido, la prioridad es incorporar resina reciclada en las botellas PET de un solo uso junto con la promoción activa del uso de materiales reciclados en otro tipo de envases.



### INAUGURACIÓN DE CIRCULAR PET

En Paraguay opera una nueva planta de resina reciclada grado alimenticio, con capacidad de 10 mil toneladas al año de PET reciclado, generando empleo para más de 1.000 personas de manera directa e impactando positivamente a una cadena de valor compuesta por más de 20.000 familias que recogen materiales reciclables para acercarlos a unos 2.500 centros de acopio que se encuentran distribuidos en diferentes puntos.

De esta manera CIRCULAR PET se suma como un actor clave a la industria del reciclaje para contribuir al desarrollo sostenible del país, trabajando conjuntamente con todos los actores de la cadena, públicos y privados, para conjuntamente construir un Paraguay sin residuos y lograr que cada botella PET puesta en el mercado vuelva a tener una nueva vida.

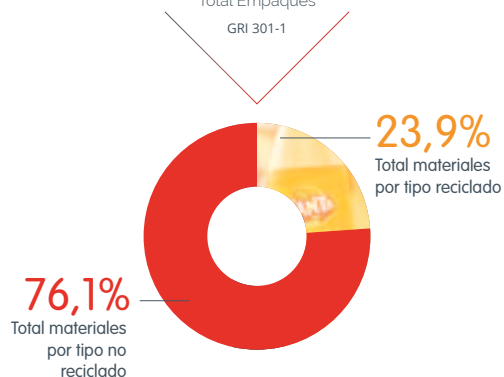
### SPRITE ENVASE 100% HECHO DE OTRAS BOTELLAS



EN COCA-COLA ANDINA ARGENTINA, SPRITE DE 500 ML SE VENDE EN ENVASES TRANSPARENTES, HECHOS EN UN 100% DE OTRAS BOTELLAS, ESTO PERMITIÓ INCORPORAR MÁS DE 600 TONELADAS DE RESINA RECICLADA, CON EL PROPÓSITO DE QUE EN 2024 TODAS LAS BOTELLAS DE LA FAMILIA SPRITE SEAN DE DICHO MATERIAL. EN ARGENTINA YA SE LLEVA A CABO ESTA INICIATIVA CON BOTELLAS DE CATEGORÍAS DE AGUA Y DE LA MARCA COCA-COLA.



Porcentaje de uso de materiales reciclados  
Total Empaques  
GRI 301-1

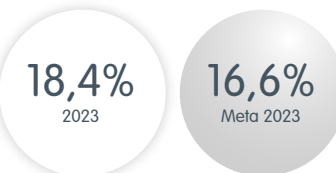


Porcentaje de uso de resina reciclada  
GRI 301-2

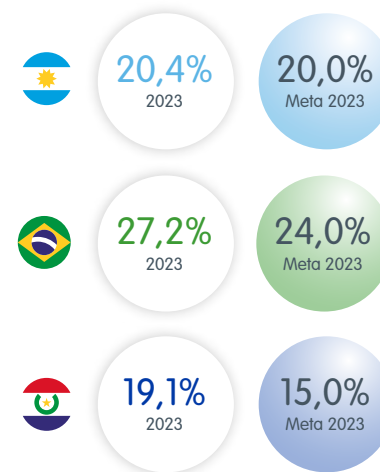
### PLANTA BOTELLA A BOTELLA

Primera planta en Chile para el reciclaje de botellas de plástico, que permitirá recuperar plástico PET y fabricar nuevas botellas con resina reciclada, a final del año 2024, alargando así el ciclo de vida de este tipo de envases. La planta cuenta con una inversión de más de 30 millones de dólares y estará ubicada en la comuna de Lampa.

### Total Coca-Cola Andina



\* En Chile estamos desarrollando una planta de resina PET PCR.

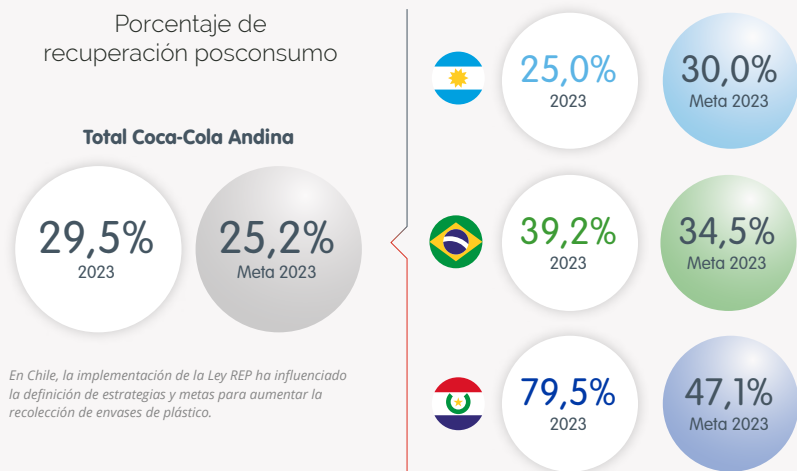


## RECUPERACIÓN DE RESIDUOS Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS

### RECUPERACIÓN POSTCONSUMO

SASB FB-NB-410A.2

Respecto de 2023, la Compañía cumple con su meta de recuperación postconsumo, alcanzando un rendimiento total Andina de 29,5%. Así, en los últimos tres años, ha recuperado más de 44 mil toneladas de PET.



### ALIANZAS ESTRATÉGICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE PET



Coca-Cola Andina Paraguay se convirtió en benchmark del sistema Coca-Cola al lograr recolectar 8 de cada 10 botellas de PET que envía al mercado. Esto se logra gracias a alianzas estratégicas que impulsan mejoras en el recupero de envases articulando con diferentes actores como gobiernos, municipios, organizaciones de la sociedad civil y las comunidades.

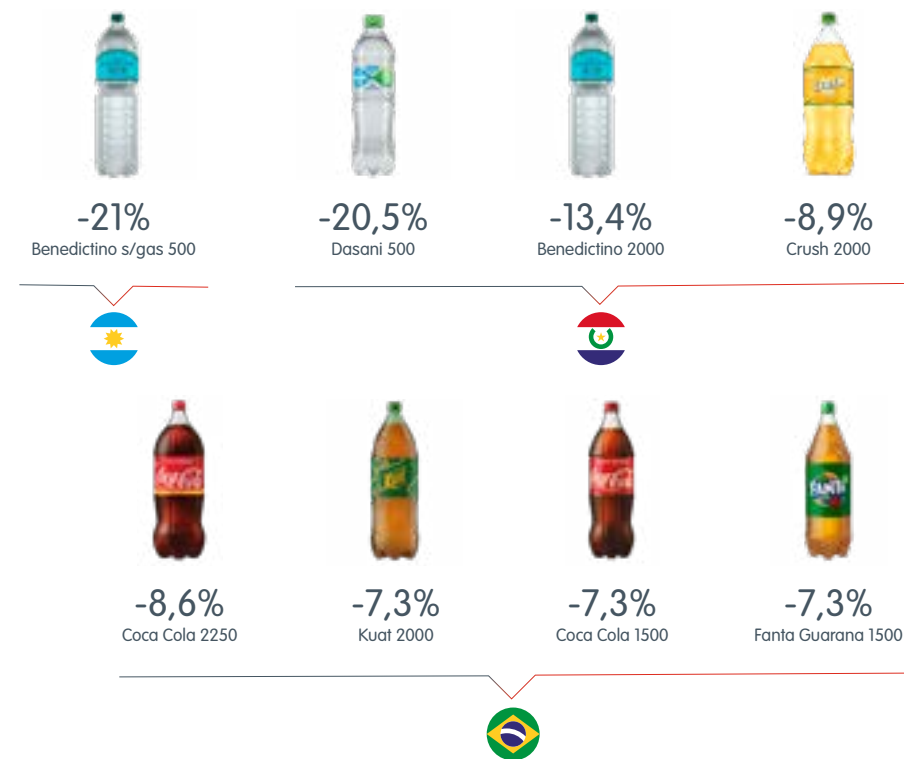
Paraguay tiene una de las tasas más altas de reciclaje de plástico PET en la región, en donde el 60% se recupera y se recicla. Esto gracias al modelo de negocio que registra más de 20.000 familias que se dedican a recoger materiales reciclables y acercarlos a los 2.500 centros de acopio distribuidos en todo el país.

Junto con Coca-Cola Company buscamos fomentar estas alianzas en los cuatro países donde operamos, independientemente de si existen o no regulaciones locales.

## ALIGERAMIENTO DE ENVASES Y EMPAQUES

En 2023, se cumplió con nuestra meta de continuar aligerando las botellas PET y el empaque secundario, condición que se mantendrá en el futuro. De esta forma, la Compañía ha evitado el ingreso de 377 toneladas de PET al mercado, en el último año.

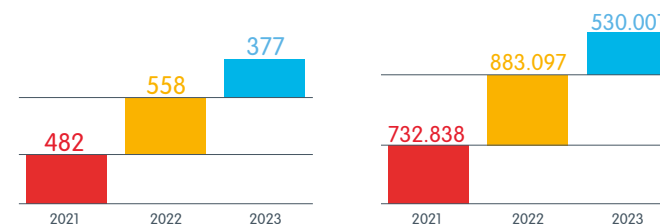
Principales reducciones de PET 2023



Total toneladas ahorradas

Total US\$ ahorradas

Evolución del ahorro de PET 2021-2023




## GESTIÓN DE RESIDUOS

GRI 306-1, 306-2


El Plan Integral de Manejo de Residuos tiene como objetivo disminuir los residuos sólidos por litro de bebida producido y maximizar el porcentaje de residuos sólidos reciclados.

**Reciclaje de cajas para retornables**



En Coca-Cola Andina Paraguay utilizamos cajas de polietileno de alta densidad (PEAD) para encajonar nuestros envases de vidrio y PET retornables fabricadas con 100% de material reciclado. En el año 2023 logramos alcanzar este valor incluyendo más de 100 toneladas de plástico reciclado en un ciclo circular, donde el 80% es provisto desde nuestra planta luego de la molienda de cajas que se descartan, para entregar a ENVAPAR quien fabrica nuevamente cajas que entran en nuestro ciclo productivo.

**Energía limpia a través de residuos**

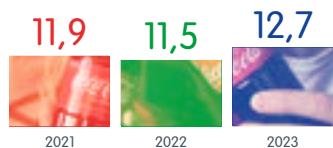


La operación de Coca-Cola Andina Argentina comenzó a producir y distribuir los productos de la marca Ades, lo cual es una bebida en base a semillas de soja. Este proceso tiene un residuo considerable que es principalmente orgánico, y que mediante una alianza con la empresa Helios hemos logrado incorporarlo en una cadena de economía circular. Aproximadamente 70 toneladas de este residuo se envían a diario para la generación de biogas que luego se transforma en energía eléctrica para inyectar en el sistema interconectado de este país.



### COCA-COLA ANDINA

Generación de residuos sólidos (gr de residuo sólido / litro de bebida producida)



Metas de residuos sólidos reciclados

93,4%

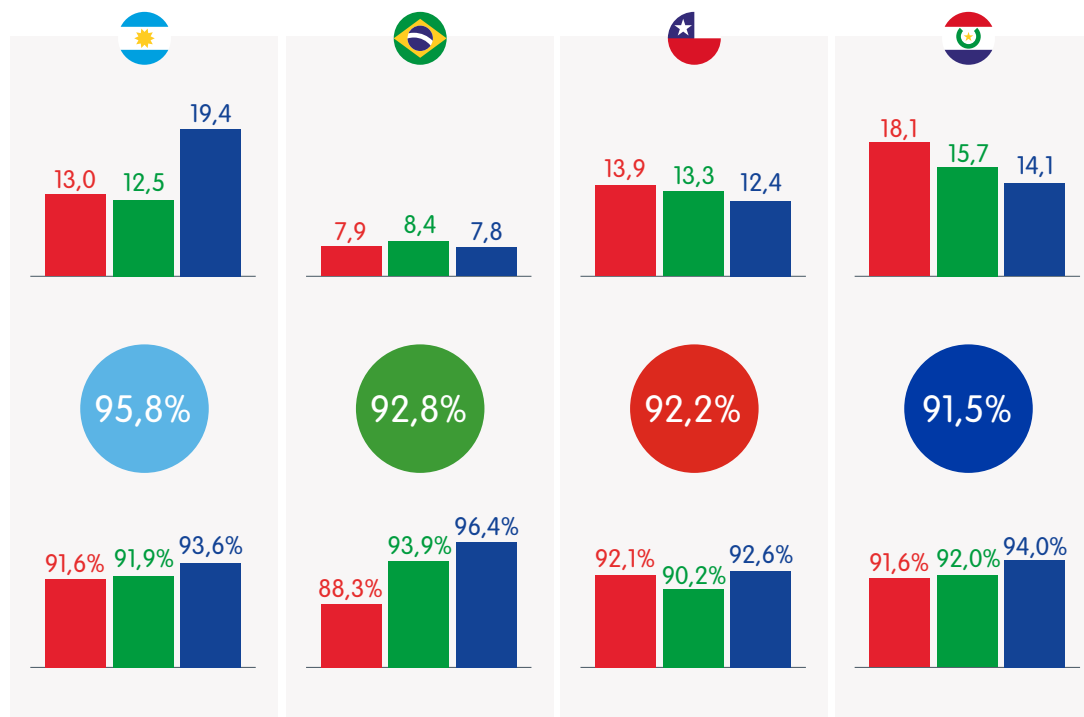
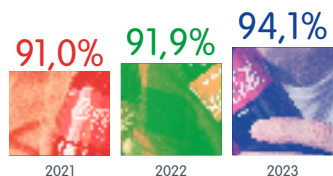
95,8%

92,8%

92,2%

91,5%

Reciclado de residuos sólidos (% sobre total)



# CONCIENCIA HÍDRICA

GRI 303-2 | SASB FB-NB-140A.2

Coca-Cola Andina está comprometida con seguir reduciendo el uso del agua en los procesos, consciente de que este es un recurso vital para el planeta y el desarrollo de las comunidades donde está inserta.

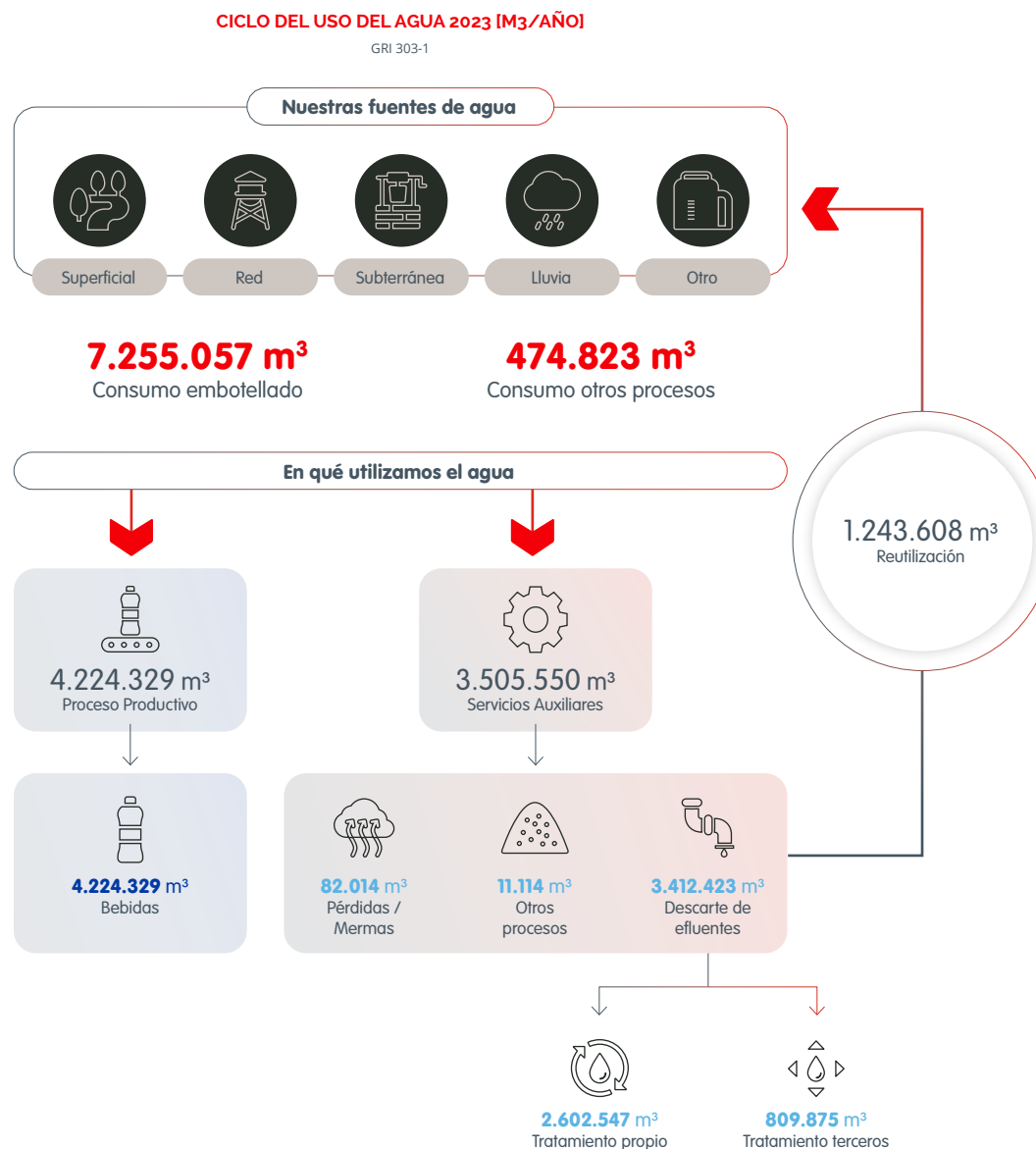
El origen del agua que utiliza en sus operaciones es diverso y depende del contexto geográfico de cada instalación. En términos generales, la mayor proporción corresponde a aguas subterráneas, que son el insumo base para la producción de bebidas y, de manera indirecta, para los servicios auxiliares.

Durante la fase productiva se reutiliza el agua y, el remanente, se trata como efluente para devolverlo en condiciones adecuadas al ciclo hidrológico. Esto lo hace aplicando los más altos estándares de las regulaciones locales y desarrollando controles propios de alta calidad y eficiencia en el uso del agua en los países donde opera.

## EJES ESTRATÉGICOS EN LA GESTIÓN DEL AGUA

GRI 303-1 | SASB FB-NB-140A.2

Para desarrollar esta estrategia ha sido esencial que todas las personas que integran la Compañía y la cadena de valor conozcan sobre el ciclo circular del agua. A esto se suma la inversión en tecnología, innovación y planes para mejorar el rendimiento, con el objetivo de continuar reduciendo las pérdidas en instalaciones y procesos productivos. La estrategia de gestión del agua se centra en cuatro ejes: reducir, reutilizar, reciclar y reponer.



Nota: incluye agua para embotellado y agua para otros procesos como producción de azúcares, cogeneración de energía y usos sanitarios.





**NUESTRA META A 2030**

Litros de agua utilizados por litro de bebida producida

**1,72** litros  
Avance 2023

**1,65** litros  
Meta 2023

**1,27** litros  
Meta 2030

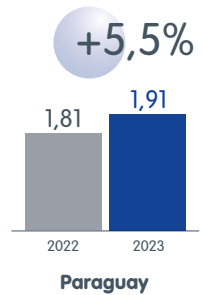
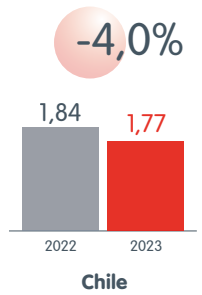
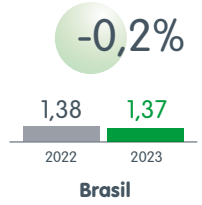
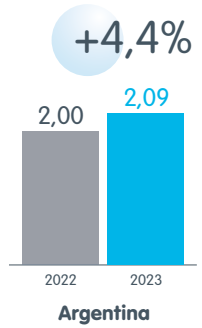
**REDUCCIÓN Y EVOLUCIÓN DEL RATIO DE AGUA**

GRI 303-1 | SASB FB-NB-140A.2

La Compañía ha implementado diversas iniciativas que le permiten usar de manera eficiente este recurso, lo que se traduce en una disminución de su consumo en un 15% desde el año 2018 y alcanzar un ratio de uso de agua (WUR por sus siglas en inglés) de 1,72 litros por litro de bebida producida durante el año 2023.

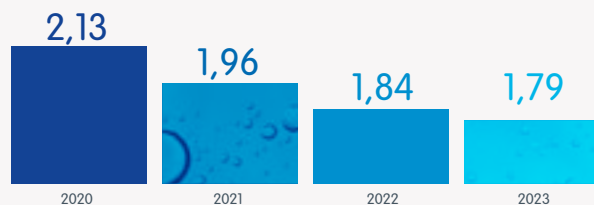


Evolución de Ratio agua por operación (línea base 2018)

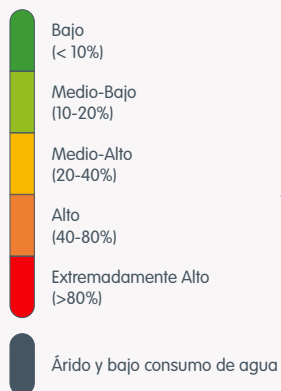




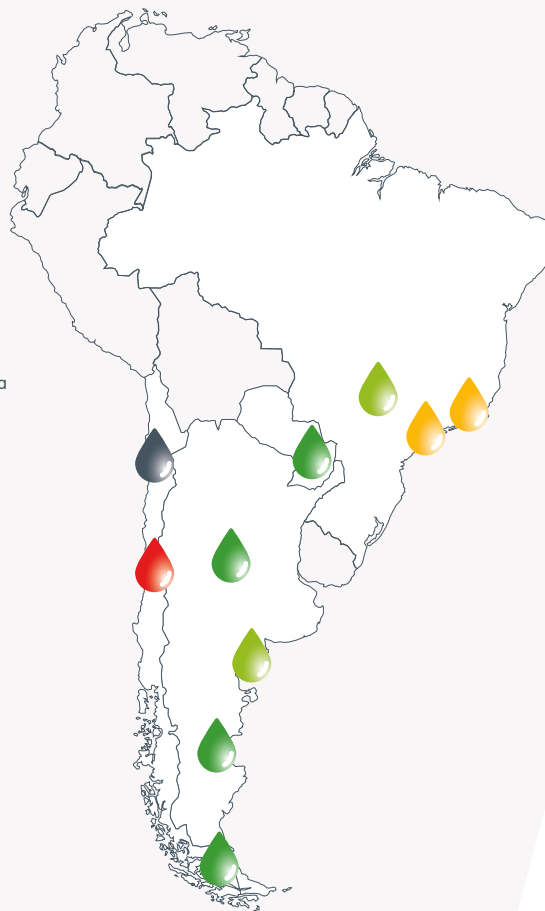
Evolución del ratio de uso de agua en RENCA



Clasificación de prioridad hídrica



Para nuestras principales filiales, solo una de nuestras diez plantas productivas se encuentra dentro de zona de estrés hídrico.  
Fuente: WRI.ORG - Aqueduct Water Risk Atlas.



### PRIORIDAD POR ESTRÉS HÍDRICO

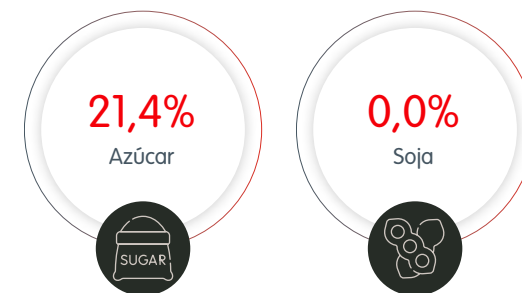
GRI 303-1 | SASB FB-NB-140A.2

Coca-Cola Andina tiene su propio proceso de evaluación integral respecto de los riesgos asociados a zonas de estrés hídrico, lo que complementa con estudios periódicos que desarrolla junto a The Coca-Cola Company sobre la vulnerabilidad de fuentes de agua en sus instalaciones productivas, permitiéndole priorizar esfuerzos y también las inversiones.

Es así como la zona central de Chile es considerada de alto estrés hídrico y, por lo tanto, la Compañía monitorea de manera permanente los indicadores asociados a sus instalaciones en ese territorio. En esta línea, realizó un estudio hidrogeológico en la cuenca del río Maipo en Santiago, cuyos resultados -en base a la clasificación de "water stress" del World Resources Institute- le permitió priorizar los planes de inversión en la planta de Renca -que representa un 20,6% de la producción total de Coca-Cola Andina- y reducir el ratio por encima de los niveles promedio de la Compañía, alcanzando más de un 23% en los últimos 5 años.



Proveedores en zonas de estrés hídrico (por ingredientes)





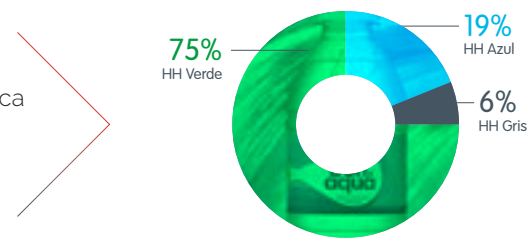
**MEDICIÓN HUELLA HÍDRICA Y PRODUCTOS DE BAJO IMPACTO HÍDRICO**

Durante este año 2023 realizamos, junto con nuestro partner, Circular Carbon, la primera medición de huella hídrica de Coca Cola Andina. Esta medición está basada en la metodología de la WFN (Water Footprint Network), donde se eligió la planta de Renca, Chile como la más representativa y exigente para realizar este ejercicio. La planta de Renca se encuentra en zona de alto estrés hídrico y es una de las tres plantas con mayor volumen productivo de Andina.

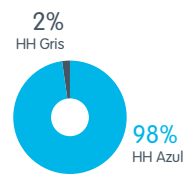
Como resultados generales de esta medición, el 97% de la huella total corresponde a huella hídrica indirecta y el 75% a huella hídrica verde. Esto posiciona a la compra y consumo de azúcar como la principal fuente de aporte de huella hídrica en toda la cadena de valor de Andina. Por esto mismo, las conclusiones del informe final nos llevan a plantear acciones no solo en el consumo directo de aguas sino también diseñar un plan de abastecimiento sostenible donde uno de los principales pilares es la conciencia hídrica de nuestra cadena de suministros.

Por último, este análisis nos revalida la estrategia de ampliar nuestro portafolio de productos sin azúcar o bajos en calorías, ya sea en categorías de aguas o gaseosas, obteniendo un triple impacto al cuidar la salud de nuestros consumidores, reducir las emisiones de carbono y optimizar el uso del recurso hídrico en toda nuestra cadena.

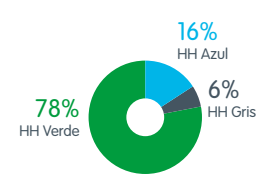
Huella Hídrica Directa e Indirecta



**Huella Hídrica Directa**



**Huella Hídrica Indirecta**



*\*El 97% de la Huella Total corresponde a Huella Hídrica Indirecta. Dentro de esta, el 75% corresponde a Huella Hídrica verde.*

Huella hídrica por pilar

<b>95%</b> Ingredientes	<b>3%</b> Packaging e insumos	<b>1%</b> Manufactura
<b>0,2%</b> Distribución	<b>0,4%</b> Residuos	<b>0,5%</b> Servicio de frío



### REUTILIZACIÓN DE AGUA

SASB FB-NB-140A.2

Coca-Cola Andina ha implementado diversas mejoras tecnológicas, logrando reutilizar y reincorporar agua que usa en su proceso productivo de forma segura. Esto ha permitido aumentar la eficiencia y reducir progresivamente la extracción desde fuentes naturales.

Avance 2023

**17,1%**

de reutilización del agua (sobre el agua extraída)

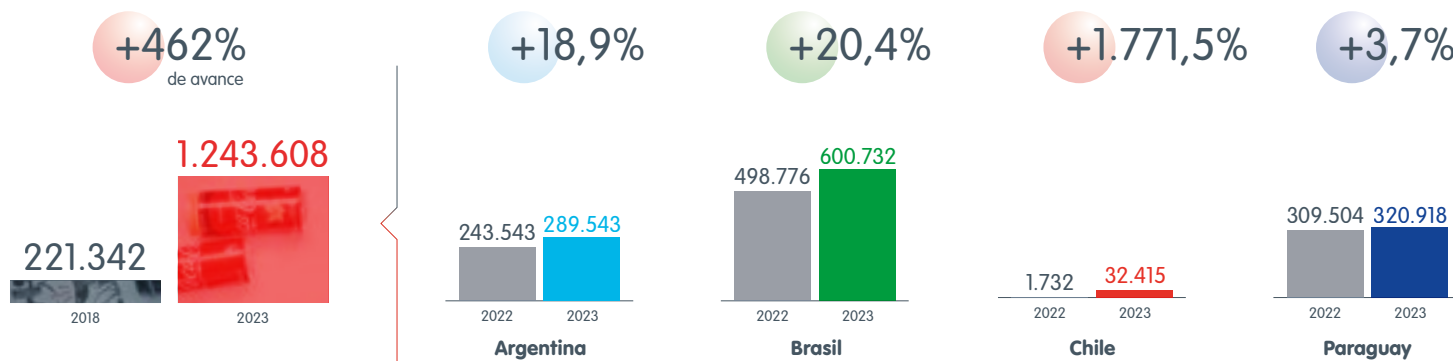
Versus año anterior

**+18%**

de incremento de reutilización



Evolución de la reutilización de agua (m³) (línea base 2018)



### RECUPERACIÓN DE EFLUENTES DE ANTOFAGASTA



La planta de Antofagasta de Coca-Cola Andina Chile se encuentra ubicada en la región noroeste cercana al límite costero, donde se caracteriza por una condición de marcada aridez, escasez de agua y limitada vegetación.

La planta es abastecida por un proceso de desalación de agua de mar ubicado en la Bahía de San Jorge. Si bien el foco de esta planta siempre estuvo alineado a la reutilización y reciclaje del recurso hídrico, en el año 2023 se implementó un proyecto que mejoró de manera impactante el ratio de uso de agua pasando de 1,80 a 1,50 litros de agua por cada litro de bebida producido, cerrando valores por debajo de 1,50 en los últimos tres meses.

El proyecto consistió en recuperar agua tratada de los efluentes para reutilizarla, mediante un proceso que combina ultrafiltración, osmosis inversa y tratamiento UV, en procesos secundarios como calderas, torres de enfriamiento, lubricación y lavado de envases. El costo de implementación fue de US\$550.000 aproximadamente, con una capacidad de recuperación de 150 m3/día de efluentes y un 20% menos de requerimiento de agua potable.





### RECICLAJE Y TRATAMIENTO HÍDRICO

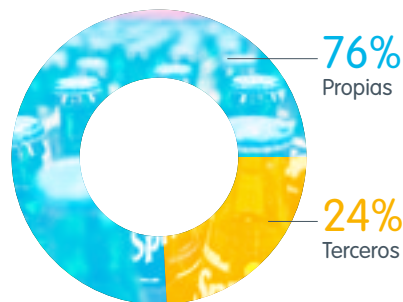
GRI 303-1, 303-2, 303-4 | SASB FB-NB-140A.2

Uno de los mayores desafíos de la Compañía es reciclar el agua que utiliza, lo que realiza a través del tratamiento de los efluentes para retornarlos a su origen de manera segura y apta para la vida de las personas y el medio ambiente.

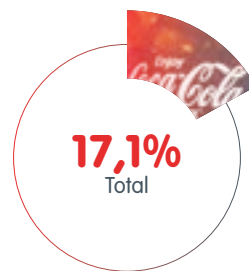
Es así como las plantas de producción tratan el 100% de sus efluentes, tanto en las propias instalaciones, como en las de terceros que garanticen la calidad final requerida. Para ello, se realizan muestreos diarios que miden, entre otros factores, temperatura, pH y sólidos disueltos totales, siguiendo estrictamente las normas técnicas establecidas en cada país y los Requisitos Operativos de The Coca-Cola Company. Para este periodo no se reportan o registran incidentes de incumplimiento de límites de vertido de agua.



Tratamiento de efluentes 2023  
(% sobre el total)



Porcentaje de agua reciclada proveniente del tratamiento de efluentes  
(reúso agua efluentes / reúso agua total)

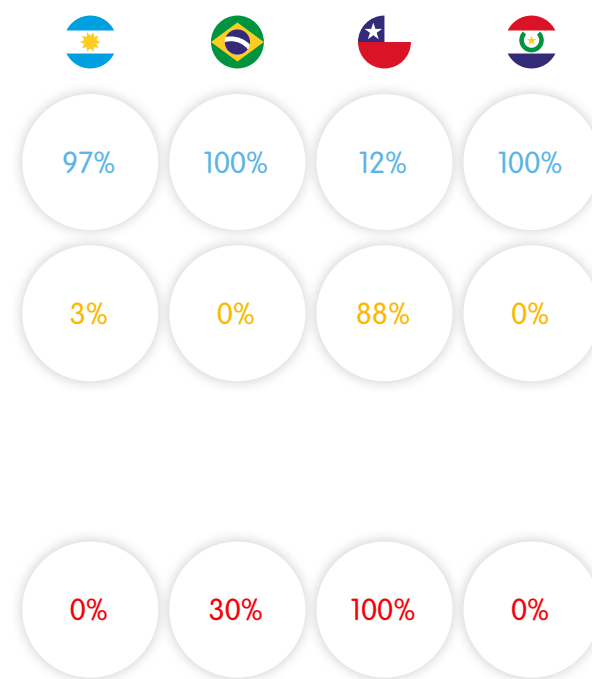


#### Avance 2023

**100%**

de los efluentes generados en nuestras operaciones son tratados

**2.856.365 m<sup>3</sup>**  
litros tratados totales



## REPOSICIÓN DEL AGUA EN LA NATURALEZA

GRI 303-1 | SASB FB-NB-140A.2

En este eje estratégico se han desarrollado diversas iniciativas orientadas a la conservación del agua en la naturaleza y el cuidado de acuíferos subterráneos, además de asegurar el acceso de las personas al recurso hídrico y crear conciencia de su importancia y valoración. De esta manera, la Compañía busca devolver el 100% del volumen de agua utilizada en la planta de Renca (Leadership Location) para 2025 y total Andina para 2030.



## PROGRAMAS DE REPOSICIÓN DE AGUA

GRI 303-1

El cuidado del agua es un compromiso de toda la Compañía y también una tarea que comparte con la comunidad. Es así como, junto a los vecinos, se ha propuesto avanzar en este desafío, buscando iniciativas que le permitan vincularse y compartir el valor que otorga a este recurso. Algunas de ellas son el trabajo con agricultores en Argentina y el proyecto de Soluciones Basadas en la Naturaleza para el reabastecimiento de agua en áreas protegidas de la provincia de Córdoba. En Chile se ha estado trabajando en la restauración de humedales en comunidades indígenas del altiplano, Tarapacá, mientras que, en Brasil, en la conservación de bosques tropicales del Amazonas. Por último, Paraguay, goza de un proyecto para mejorar la recarga de acuíferos en la Reserva de la Biósfera del Bosque de Mbaracayú.

➕ Para más información, revisa el Capítulo 6

## ALIADOS POR EL AGUA

GRI 303-1

Esta iniciativa, liderada por The Coca-Cola Company invita a los embotelladores a participar en objetivos comunes de reposición de agua en las comunidades que acogen las operaciones y en las cuencas prioritarias donde se ubican las plantas productivas.

A través de innovadores proyectos con startups locales, se consolida la información del sistema, para así expandir y acelerar una mayor eficiencia en el uso de agua de las operaciones.

➕ Más información sobre las alianzas estratégicas por el agua, en el capítulo 6.

## Metas

**105%**  
de reposición de agua en  
plantas líderes a 2025.

**100%**  
de reposición nacional  
por país a 2030.

**100%**  
de las ubicaciones de  
liderazgo con proyectos de  
reposición de agua para 2030.

## OTRAS ALIANZAS POR EL AGUA

- Almafuerde
- Rumipal
- Cicla
- Bosques de Agua
- Fundación Avina
- Nilus
- Kilimo
- Fundación Agua es Vida
- Asociación de Sonidos de la Tierra
- ONG A Todo Pulmón
- Fundación Moisés Bertoni
- Comisión Nacional del Lago Ypacarí (CONALAYPA)
- Global Environment and Technology Foundation (GETF)



# ACCIÓN POR EL CLIMA

GRI 305-1, 305-2, 305-3

El cambio climático es una crisis global innegable, que se ha generado -en gran parte- por el aumento en los niveles de Gases de Efecto Invernadero (GEI). Con el objetivo de contrarrestar este resultado, tanto a nivel político como empresarial, se están implementando estrategias para reducir las emisiones y fortalecer la resiliencia, a través de la adopción de los compromisos "Net-Zero" por parte de numerosos países que están alineados con el Acuerdo de París de 2015. En el ámbito empresarial, diversas compañías, incluyendo The Coca-Cola Company, se han unido a la iniciativa Science-Based Targets (SBT), la que se encuentra coordinada por entidades como el Carbon Disclosure Project (CDP) y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.



## COMPROMISO ANDINA

A partir del año 2020, el Sistema Coca-Cola trabaja para reducir su huella de carbono en toda su cadena de valor. De esta manera, hasta el año 2023, hemos adoptado y acompañado al sistema en toda su trayectoria de reducción del 25% de emisiones hacia el año 2030

En 2024, estamos decididos a dar un paso aún más desafiante al firmar nuestro propio compromiso con la iniciativa de objetivos basados en la ciencia (SBTi), buscando validar metas de descarbonización que se alineen a trayectorias aún más exigentes.



Con el objetivo de que los compromisos sean razonables, prácticos y se enmarquen a la realidad del negocio, la Compañía ha desarrollado una estrategia de descarbonización que se ajusta a los cinco pilares del Sistema Coca-Cola. Las emisiones 2023 fueron de 1.140.235 TnCO<sub>2</sub>eq, lo que implicó un incremento de 0,8% del ratio de grCO<sub>2</sub>eq / litro producido con respecto a 2022.

**PILARES DE NUESTRA ESTRATEGIA DE DESCARBONIZACIÓN**

GRI 305-5



Porcentaje de participación de las principales fuentes de emisión\*

Principales iniciativas para la reducción de emisiones

Indicadores de Principales Filiales

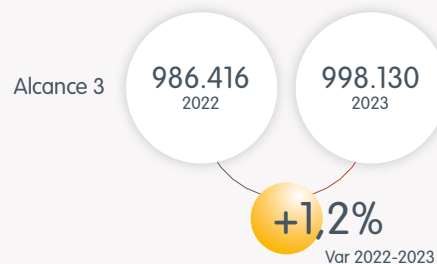
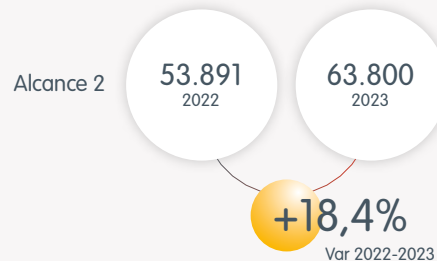
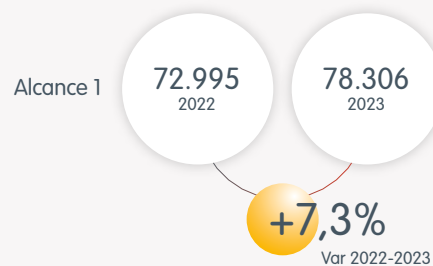
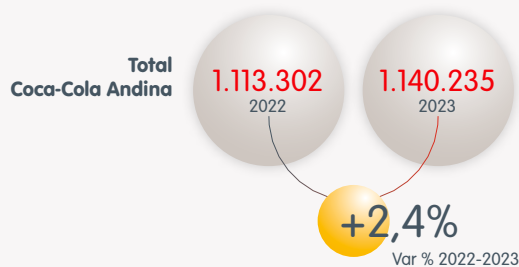
Metas de reducción 2030

	<b>Ingredientes</b>	<b>Packaging</b>	<b>Manufactura</b>	<b>Distribución</b>	<b>Equipos de frío</b>
	<p><b>18,8%</b> 214.917 ton co<sub>2</sub>eq <b>Alcance 3</b></p> <p><b>+3,4%</b> vs 2022</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Continuar con la estrategia de reducción de azúcar, a través de una mayor disponibilidad de productos bajos en calorías.</li> <li>Desarrollar el área de abastecimiento sostenible para generar engagement con los proveedores y alinearlos en buenas prácticas para la reducción de emisiones.</li> </ul>	<p><b>39,7%</b> 452.255 ton co<sub>2</sub>eq <b>Alcance 3</b></p> <p><b>-3,9%</b> vs 2022</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Potenciar las ventas de envases retornables, incrementando el porcentaje de PET reciclado en los envases descartables y continuar trabajando para aligerar las botellas.</li> </ul>	<p><b>9,5%</b> 107.864 ton co<sub>2</sub>eq <b>Alcance 1 Y 2</b></p> <p><b>+15,6%</b> vs 2022</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Reducir el consumo, medido por el indicador EUR y, en simultáneo, aumentar la proporción de energía renovable dentro de la energía consumida.</li> </ul>	<p><b>10,0%</b> 114.126 ton co<sub>2</sub>eq <b>Alcance 1 Y 3</b></p> <p><b>+2,7%</b> vs 2022</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Buscar una distribución eficiente, controlando las rutas para que cada camión optimice al máximo su viaje, además de renovar la flota de vehículos propios y de terceros con mejor eficiencia de consumo y tecnología de motorización. Al mismo tiempo, buscar reemplazar la flota interna de vehículos de movilidad eléctrica.</li> </ul>	<p><b>11,9%</b> 136.097 ton co<sub>2</sub>eq <b>Alcance 1 Y 3</b></p> <p><b>+11,6%</b> vs 2022</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Aumentar la eficiencia de los equipos, disminuyendo su consumo eléctrico, invirtiendo en equipos más eficientes con controlador electrónico, gases refrigerantes de mejor desempeño, cámara de frío de alta tecnología e iluminación LED.</li> </ul>
	<p><b>48,83</b> kilocalorías vendidas por cada 200 ml.</p>	<p><b>18,4%</b> de uso de resina reciclada sobre el total PET OW.</p> <p><b>27,5%</b> Volumen de ventas de empaques retornables s/NARTD.</p>	<p><b>0,317 MJ</b> de energía consumida por litro producido.</p> <p><b>53,7%</b> de Energía Eléctrica Renovable.</p>	<p><b>68%</b> de camiones Normativa EURO V o superior sobre el total.</p> <p><b>0,317 MJ</b> de energía consumida por litro producido.</p>	<p><b>75%</b> de equipos con ahorro energético.</p>
	<p><b>40.75</b> kilocalorías vendidas por cada 200 ml.</p>	<p><b>50%</b> de uso de resina reciclada sobre el total PET OW.</p> <p><b>42.8%</b> Volumen de ventas de empaques retornables s/NARTD.</p>	<p>Ratio de energía <b>0.255 MJ</b> de energía consumida por litro producido.</p> <p><b>70%</b> de Energía Eléctrica Renovable.</p>	<p><b>90%</b> de camiones Normativa EURO V o superior sobre el total.</p> <p>Ratio de energía <b>0.255 MJ</b> de energía consumida por litro producido.</p>	<p><b>90%</b> de equipos con ahorro energético.</p>





Emisiones huella de carbono 2022- 2023 (TnCO2eq)  
GRI 2-4, 305-1, 305-2, 305-3



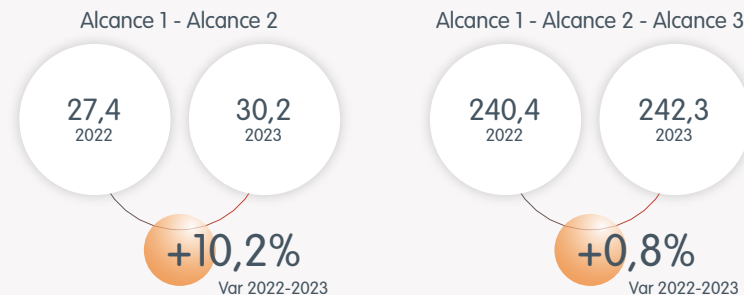
Gases incluidos en el cálculo de la huella de carbono: CO2, CH4, N2O, HFC, PFC, SF6, NF3. Cambio metodológico: se recalcula año 2022 con nueva definición de enfoque de control financiero. Se incorpora Filiales de Chile (ECSA, VASA y VJSA) y Andina Empaques Argentina.

En el perfil de huella de carbono, el alcance 3 representa más del 85% de las emisiones absolutas. En este alcance, se evaluaron más de 50 fuentes de emisiones, incluyendo 10 de las 15 categorías del Protocolo GHG según la aplicabilidad de la industria. Esto permite asegurar que se incluyó la totalidad de los productos que se fabricaron, distribuyeron y comercializaron tanto en nuestras principales filiales como también en las otras filiales consolidadas.

Ratio de emisiones huella de carbono

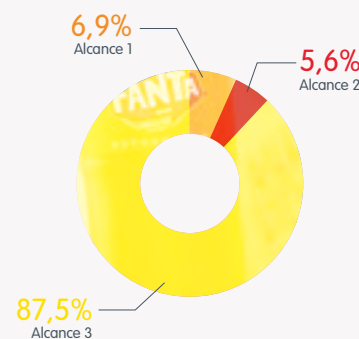
(grCO2eq/litro de bebida producida)

GRI 305-4

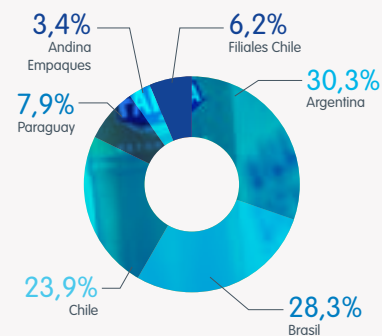


Gases incluidos en el cálculo del ratio de emisiones: CO2, CH4, N2O, HFC, PFC, SF6, NF3

Participación (%) huella de carbono 2023 por tipo de alcance



Huella de carbono 2023 por operación



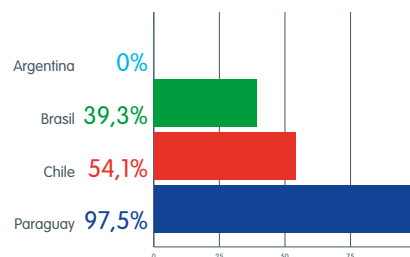
## TRANSICIÓN HACIA ENERGÍAS RENOVABLES

La reducción de emisiones de Gases de Efecto Invernadero y la gestión de los impactos del cambio climático son prioridades fundamentales para la Compañía. Por eso, fomentamos el uso eficiente de la energía, la reducción de su consumo y el aumento del uso de energía renovables en la matriz. Además, busca fortalecer las buenas prácticas, tanto en su cadena de valor como en la de los proveedores.

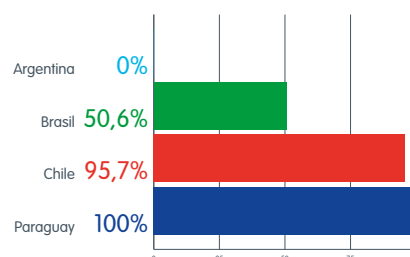
Coca-Cola Andina ha priorizado la incorporación de fuentes de energías renovables a su matriz energética en todos los países donde tiene las condiciones para hacerlo.



Uso de  
energía  
renovable  
2023  
Principales  
Filiales



Porcentaje  
de electricidad  
renovable  
Principales  
Filiales



### AVANCES EN EFICIENCIA ENERGÉTICA

La Compañía monitorea el consumo de energía por medio del ratio de energía (EUR), que es la cantidad de megajoule necesaria para producir y almacenar un litro de bebida.

En 2023, Coca-Cola Andina logró un ratio de 0,317 MJ por litro de bebida, acumulando una mejora del 4,9% desde el 2018.

Avance 2023

**0,317 MJ**  
por litro de bebida (EUR)

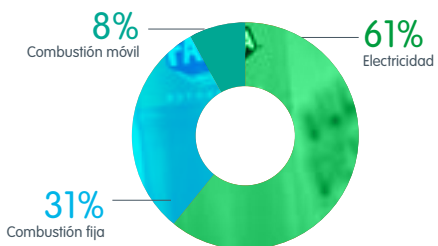
Nuestra meta 2023

**0,312 MJ**  
por litro de bebida (EUR)

Nuestra meta 2030

**0,255 MJ**  
por litro de bebida (EUR)

La matriz energética de consumo directo está compuesta por tres tipos de fuentes, con la siguiente distribución:



#### OPERACIONES CON ENERGÍA ELÉCTRICA 100% RENOVABLE



La Compañía sigue avanzando en la compra de energía 100% renovable con certificación I-REC. En Chile, las plantas de Renca y Antofagasta ya disponen de estos contratos; lo mismo en Brasil con las plantas de Ribeirão Preto, Duque de Caxias, y varios centros de distribución.



### LA ENERGÍA EN LA CADENA DE VALOR



## SIERRAS DE CÓRDOBA, ARGENTINA



En 2023, en la provincia de Córdoba, Argentina, Coca-Cola Andina implementó el proyecto Soluciones basadas en la Naturaleza (SbN) para el reabastecimiento de agua, con el objetivo de incrementar la seguridad hídrica y conservar la biodiversidad en las subcuencas del Río Primero (Suquia) y Río Segundo (Xanaes).

En los años recientes, dicha zona sufrió cambios en el uso de suelo, que afectaron los ecosistemas serranos, lugar donde nacen los cursos de agua. Esto implicó que se tuvieron que declarar numerosas emergencias hídricas, problema al cual se suman los desfavorables escenarios proyectados por el IPCC en relación con las lluvias, a causa de la emergencia climática.

En este escenario, el proyecto busca contribuir a la conservación, restauración y manejo sostenible de áreas críticas en las altas cuencas para recuperar la vegetación nativa, así como el suelo de los ecosistemas serranos, para lograr una mayor disponibilidad de agua a lo largo de todo el año. Adicionalmente, este proyecto mejora las condiciones para la biodiversidad, la resiliencia climática y el desarrollo sostenible de las comunidades.

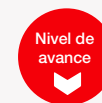
**SOLUCIONES BASADAS  
EN LA NATURALEZA**

En términos de gestión de la biodiversidad, la Compañía se ha enfocado en conservar el hábitat natural y los ecosistemas donde opera, llevando a cabo sus actividades de manera responsable, siempre en concordancia con la Política de Sustentabilidad. Esto implica no operar en zonas protegidas o de patrimonio natural. Además, trabaja para mitigar el impacto que su cadena de valor pueda tener en la biodiversidad y fomenta la gestión sustentable de los bosques y la protección de las zonas arboladas.

Contribución  
y beneficios  
del proyecto



Para llevar a cabo esto Coca-Cola Andina, The Coca-Cola Company y The Coca-Cola Foundation en alianza con CICLA y Bosques de Agua están llevando una serie de acciones:



Efectividad en el manejo de áreas protegidas

**10.450 ha**  
con acuerdos de conservación

**50%**  
de avance en los planes de manejo

Manejo y control de pastoreo

**3.000 ha**  
con manejo ganadero regenerativo

**46%**  
de cerramientos instalados

Control de especie exóticas invasoras (EEI) de alta demanda de agua

**2**  
capacitaciones específicas

**13**  
brigadistas equipados y con inicio de tareas en campo

Restauración forestal

➤ Cerramientos instalados y mantenidos para proteger plantaciones

➤ Siembra realizada y producción en plantines en curso

Control de erosión

**15**  
cárcavas restauradas

➤ Cerramientos instalados

Prevención de incendios

**2**  
cortafuegos implementados

➤ Reservorios de agua para ataque temprano a incendios, adquiridos y listos para su instalación



**SITIOS DE INTERVENCIÓN**

- ▶ Reserva Natural Valle de Los Lisos
- ▶ Reserva Natural Vaquerías
- ▶ Reserva Cerro Blanco
- ▶ Reserva Campo Los Hornillos
- ▶ Reserva Natural Privada Espinillo Bravo
- ▶ Reserva Natural y Cultural Naguan Tica
- ▶ Reserva Natural Bosques de Agua
- ▶ Quebrada de Los Refugios
- ▶ Estancia Santo Tomás
- ▶ Parque Nacional Quebrada del Condorito
- ▶ Estancia Atalaya - Reserva Nacional Condorito



**RESERVA NATURAL VALLE DE LOS LISOS**  
4.300 ha



**ESTANCIA ATALAYA – RESERVA NACIONAL CONDORITO**  
4.828 ha



**RESERVA CERRO BLANCO**

**PRINCIPALES PARTNERS**



A young girl with dark hair is smiling and looking out of a bus window. A woman in a light blue uniform is holding a green and yellow Aquarius Kids water carton with a straw, offering it to the girl. The scene is set inside a bus with brown interior panels.

6

Ecosistema local:  
impulsando  
el desarrollo  
económico  
y social

# RELACIONAMIENTO Y CREACIÓN DE VALOR COMUNITARIO

GRI 413-1, 413-2

➤ **US\$2.320.553**  
Inversión en comunidades

➤ **1.034.534**  
Cantidad de beneficiarios en la comunidad

➤ **2.661.929**  
Litros donados







## CONCIENCIA HÍDRICA

GRI 413-1, 413-2

Colaboramos estrechamente con las comunidades locales para implementar programas de conservación de agua, reforestación y tecnologías de eficiencia hídrica.



### Continuación Alto Tarapacá

Este proyecto tiene como objetivo recuperar hectáreas de bofedales y vegas, las que actúan como esponjas capaces de retener y almacenar agua en la precordillera y cordillera andina.

#### Articuladores:

- ▶ Coca-Cola Andina Chile
- ▶ The Coca-Cola Company
- ▶ Fundación Avina

**US\$67.470**

invertidos



### Proyecto CICLA

Mediante la implementación de soluciones basadas en la naturaleza en sectores estratégicos de cuencas prioritarias, buscamos mejorar la capacidad de infiltración del agua, generar un mayor almacenamiento en el espesor saturado del suelo y una disminución de la escorrentía superficial, lo que genera un aumento del caudal medio de los ríos y arroyos durante la estación seca.

#### Articuladores:

- ▶ Coca-Cola Andina Argentina
- ▶ The Coca-Cola Company
- ▶ Cicla

**1.644.960 m<sup>3</sup>/año**

Litros de reposición de agua



### Nilus

Esta iniciativa contempla el uso de inteligencia artificial para almacenar agua a través de un glaciar artificial, la que luego se utiliza en las estaciones de primavera y verano. El plan contempla la creación de un parque hídrico en la zona del Cajón del Maipo.

#### Articuladores:

- ▶ Coca-Cola Andina Chile
- ▶ The Coca-Cola Company
- ▶ Nilus

**US\$100.000**

invertidos



### Kilimo

El objetivo es verificar, mejorar y compensar el uso del agua en la agricultura a través de información obtenida desde los satélites.

#### Articuladores:

- ▶ Coca-Cola Andina Chile
- ▶ The Coca-Cola Company
- ▶ Kilimo

**US\$120.836**

invertidos



### Cuidado del agua mediante la música: Sonidos H2O Ñemby y Show Hydro

A través de la música y la participación comunitaria, promovemos el cuidado del cauce hídrico del Arroyo Pa'i Ñu y el cuidado del agua en comunidades educativas.

#### Articuladores:

- ▶ Coca-Cola Andina Paraguay
- ▶ The Coca-Cola Company
- ▶ Asociación de Sonidos de la Tierra

**US\$11.580**

invertidos

**2.488**

participantes y beneficiarios



### Charla Reduce tu Huella Hídrica

Charlas y actividades realizadas en las comunidades de Renca, Puente Alto, Maipú y San Joaquín, para abordar temáticas asociadas al ahorro y cuidado del agua en el día a día.

#### Articuladores:

- ▶ Coca-Cola Andina Chile
- ▶ Fundación Agua es Vida

**US\$39.226**

invertidos

**514**

beneficiarios



### Conservación de agua en la Biósfera del Bosque Mbaracayú

Este proyecto busca reabastecer de agua a la región de la Biósfera del Bosque Mbaracayú, mediante prácticas agrícolas sostenibles en colaboración con pequeños productores.

#### Articuladores:

- ▶ Coca-Cola Andina Paraguay
- ▶ The Coca-Cola Company
- ▶ Fundación Moisés Bertoni
- ▶ Agricultores de la zona

**360**

hectáreas intervenidas

**408**

beneficiados



### +Verde+Agua: Recarga del Acuífero Patiño y Gestión Sostenible de la Cuenca del Lago Ypacarai

Esta iniciativa busca aumentar la cantidad y calidad de recarga del Acuífero Patiño, a través de un modelo de gestión integrada de recursos hídricos que impacte a la vez en la cuenca del lago Ypacarai.

#### Articuladores:

- ▶ Fundación Coca-Cola
- ▶ Coca-Cola Andina Paraguay
- ▶ Fundación Moisés Bertoni
- ▶ Comisión Nacional del Lago Ypacarai (CONALAYPA)
- ▶ Global Environment and Technology Foundation (GETF)

**US\$125.000**

invertidos por Fundación Coca-Cola

**5.620**

beneficiarios







## MIRADA CIRCULAR

GRI 413-1, 413-2

Gestionamos el ciclo de vida de los envases, desde el diseño y la producción, hasta el proceso de reciclaje y reutilización, en colaboración con todos los participantes de la cadena de reciclaje, permitiéndonos incrementar las tasas de recolección de PET.



## Fortaleciendo alianzas y creando sinergia en el recupero de PET.

Estos convenios público-privados fueron celebrados con distintas Municipalidades (Córdoba, Montecristo, Alta Gracia, General Deheza, Godoy Cruz, General Pico, Monte Hermoso, San Luis, entre otras), Grandes Acopiadores (Reaquila, GIRSU, Circularity, Recical) y Key Accounts (ChangoMas, Carrefour, Libertad, Makro y La Anónima) con el objetivo de fortalecer el recupero de PET.

### Articuladores:

- > Coca-Cola Andina Argentina
- > Municipios
- > Grandes Acopiadores
- > Key Accounts

**US\$149.883**

invertidos

**4.364.171**

Kg recuperados



## Red de Ecopuntos, EcoGestor y App "Es Reciclable"

Los Ecopuntos constituyen una red de contenedores de recupero que facilitan la separación en origen de materiales reciclables. Esto se complementa con EcoGestor, un software que permite garantizar la trazabilidad de los materiales y facilitar la gestión operativa de los centros de acopio y con la App "Es Reciclable", la que permite a los consumidores identificar productos y marcas que cuentan con empaques reciclables, impulsando el consumo consciente y responsable con el medio ambiente.

### Articuladores:

- > Coca-Cola Paresa
- > Soluciones Ecológicas

**US\$6.250**

invertidos

**70**

EcoPuntos instalados



## Charlas Únete y Recicla

Charlas educativas en torno a la importancia del reciclaje y la educación ambiental, con especial foco en la segregación de desechos.

### Articuladores:

- > Coca-Cola Andina Chile
- > Rembre.

**US\$14.327**

invertidos

**426**

beneficiarios



## Ciudades Sin Residuos

Busca fortalecer a pequeños y medianos acopiadores y asociaciones de recicladores, a través de la entrega de elementos logísticos como camiones, provisión de básculas de pesaje y aporte para alquiler de locales, entre otros.

### Articuladores:

- > Coca-Cola Paresa
- > Fundación Coca-Cola
- > Fundación Moisés Bertoni
- > Coresa (Compañía Recicladora S.A.).

**US\$100.000**

invertidos

**150**

beneficiarios



## "Mi Playa Sin Residuos" y Limpieza de Río Suquía

Llevamos a cabo jornadas de limpieza en los paradores de verano de Villa Rumipal y Almafuerde junto a voluntarios, la Municipalidad de Almafuerde y la Planta Regional de Tratamiento de RSU de Calamuchita. Además, para celebrar el Día de la Tierra, colaboradores de Planta Montecristo junto a sus familiares participaron de una jornada de limpieza y recolección de residuos en las márgenes del Río Suquía dentro de la Reserva San Martín.

### Articuladores:

- > Coca-Cola Andina Argentina
- > Municipalidad de Almafuerde
- > CICLA

**US\$6.738**

invertidos



## Mutirão de limpieza Sprite

Proyecto en colaboración con la ONG SOS Lagoas que, desde 2018, ha retirado toneladas de basura de nuestras lagunas. Estas acciones tienen como objetivo garantizar la disposición adecuada de los residuos recogidos a través de la recolección selectiva y regular, contribuyendo a la conciencia ambiental.

### Articuladores:

- > Coca-Cola Andina Brasil
- > ONG SOS Lagoas

**US\$12.426**

invertidos

**2.161 kg**

de materiales reciclables retirado



## Limpieza Humedal Tres Puentes y Voluntariado Reforestemos

En el marco del compromiso del cuidado del medio ambiente y del programa de voluntariado corporativo, los colaboradores de la planta de Punta Arenas junto a sus familias participaron en la limpieza del humedal más importante de la comuna; mientras que los trabajadores de Santiago participaron en la reforestación del parque Pajaritos en Maipú.

### Articuladores:

- > Coca-Cola Andina Chile
- > Armada de Chile
- > Reforestemos
- > Municipalidad de Maipú

**14.502**

beneficiarios



## Mi barrio sin residuos

Plataforma para la promoción y el impulso de la gestión de residuos en hogares, instituciones educativas y empresas de 20 barrios de Asunción, ofreciendo un servicio de recolección gratuita de materiales reciclables, lo que contribuye al fortalecimiento de centros de acopio y asociaciones de recicladores de base.

### Articuladores:

- > Coca-Cola Paresa
- > The Coca-Cola Company
- > Fundación Moisés Bertoni
- > BID Lab
- > PNUD
- > Cervepar
- > Fábrica Paraguaya de Vidrios
- > Nestlé
- > Tetrapack
- > Ministerio del Ambiente y Desarrollo Sustentable (MADES)

**US\$13.000**

invertidos

**666**

hogares, empresas e instituciones educativas inscritas

**16**

centros de acopio y asociaciones de recicladores de base beneficiados



## CONEXIÓN CON LAS COMUNIDADES VECINAS

GRI 413-1, 413-2

Nuestro objetivo es contribuir al desarrollo de las comunidades donde operamos a través de programas que impulsan la economía local.



### Mi Almacén, Mi Comunidad

Busca capacitar dueños de almacenes de barrio para potenciar emprendimientos y liderazgo comunitario. Incluye formación en talleres digitales, mentoría y apoyo económico para proyectos sostenibles. En agosto de este año se entregaron 4.600 becas digitales (siendo el 70% para mujeres jefes de hogar), y se premiaron 11 almacenes por proyectos de co-creación.

#### Articuladores:

- ▶ Coca-Cola Andina Chile
- ▶ The Coca-Cola Company
- ▶ Fundación Gastronomía Social

**4.600**

becas digitales

**11**

almacenes premiados

**96**

proyectos de co-creación



### Apoyo a actividades culturales y deportivas

Aportamos con productos de hidratación a diversas organizaciones sociales de las comunidades vecinas para actividades que promueven la vida al aire libre.

#### Articuladores:

- ▶ Coca-Cola Andina Argentina
- ▶ Coca-Cola Chile
- ▶ Coca-Cola Paresa
- ▶ distintas organizaciones de eventos deportivos y culturales en los países

**+ 125.000**

beneficiados



### Comida para Todos, Banco de Alimentos y Natal sin Hambre

Son iniciativas que buscan dar acceso a alimentos, apoyar a organizaciones de beneficencia y fomentar la donación, a través de la entrega de raciones de almuerzo a personas de bajos recursos y la donación de productos.

#### Articuladores:

- ▶ Coca-Cola Andina Argentina.
- ▶ Coca-Cola Andina Brasil.
- ▶ Coca-Cola Andina Chile.
- ▶ Fundación Gastronomía Social (Chile).
- ▶ Red de Alimentos (Chile).
- ▶ Banco de Alimentos (Argentina).
- ▶ ONG Ação da Cidadania (Brasil).

**6.600**

raciones de almuerzo entregadas

**+ 846.000**

beneficiarios



### Programa Puertas Abiertas

En Renca, Puente Alto, San Joaquín, Maipú y Punta Arenas se abrieron las puertas a los vecinos de cada comuna, quienes pudieron conocer el proceso productivo, logística y de distribución de la compañía. Además, nos sumamos a una iniciativa de SOFOFA que promueve la apertura de puertas de las empresas socias para recibir a las comunidades vecinas.

#### Articuladores:

- ▶ Coca-Cola Andina Chile
- ▶ Municipalidades
- ▶ SOFOFA

**242**

Beneficiarios



### Boots Camps gastronómicos

Programa de capacitación online y presencial enfocado a jóvenes menores de 35 años, principalmente mujeres que quieran trabajar en el sector gastronómico. Boots Camps se imparte en 15 restaurantes asociados, asegurando la práctica laboral y buscando la concreción de empleos.

#### Articuladores:

- ▶ Coca-Cola Andina Chile
- ▶ The Coca-Cola Company
- ▶ Fundación Gastronomía Social

**US\$77.254**

invertidos

**1.317**

jóvenes participantes



### Talleres de Cocina Saludable

Desarrollamos talleres de capacitación a mujeres que trabajan en comedores infantiles así como para referentes de comedores, merenderos y mujeres de organizaciones sociales.

#### Articuladores:

- ▶ Coca-Cola Andina Argentina
- ▶ empresa de educación gastronómica Pimienta Negra.

**US\$6.275**

invertidos

**420**

beneficiarios



### Estemos Abiertos 2.0

Este programa, que se inició el año 2020, apoya la reactivación económica de los pequeños y medianos comercios, a través de la entrega de microcréditos a más de 200 almacenes y despensas de Asunción y Gran Asunción. Además, incluye capacitaciones presenciales y virtuales en áreas como ventas, comunicación y marketing para más de 1.000 mujeres y emprendedores con el objetivo de seguir beneficiando e impulsando a clientes del canal tradicional. También, y como parte de esta iniciativa, fueron capacitados 50 jóvenes para el primer empleo.

#### Articuladores:

- ▶ Coca-Cola Paresa
- ▶ Fundación Paraguaya
- ▶ Fundación Coca-Cola

**US\$100.000**

invertidos por Fundación Coca-Cola

**1.700**

beneficiarios

**200**

almacenes beneficiados



### EQUIPO DIVERSO, SEGURO Y COMPROMETIDO

GRI 413-1, 413-2

Creamos entornos diversos, equitativos e inclusivos, potenciando el acceso a la igualdad de oportunidades.



### Atracción de Talento Local

Esta iniciativa, que se desarrolla en conjunto con las Oficinas Municipales de Intermediación Laboral (OMIL) tiene como objetivo captar, potenciar y contratar talento local a través de la participación en ferias laborales, entre otras actividades.

#### Articuladores:

- > Coca-Cola Andina Chile
- > Municipalidades de Renca, Puente Alto, Maipú y San Joaquín.

**US\$23.901**

invertidos

**3.997**

Beneficiarios



### Becas para Educación FONBEC

Contribuimos para que niños, niñas y jóvenes continúen sus estudios y puedan concretar sus metas académicas y personales.

#### Articuladores:

- > Coca-Cola Andina Argentina
- > Fondo de Becas para Estudiantes (FONBEC)

**US\$9.308**

invertidos

**59**

beneficiarios



### Colectivo Joven Online

Programa de formación e inserción de jóvenes, entre 16 y 25 años, al mercado laboral, que viven en comunidades urbanas de bajos ingresos y que ya completaron o están asistiendo a la escuela secundaria.

#### Articuladores:

- > Coca-Cola Andina Brasil

**US\$156.285**

invertidos

**9.127**

beneficiarios



### Programas educativos Junior Achievement

Esta iniciativa nos permite conectar a los estudiantes con el mundo del trabajo a través de capacitaciones con foco en las carreras vinculadas a las STEM y las habilidades digitales.

#### Articuladores:

- > Coca-Cola Andina Argentina
- > ONG Junior Achievement

**US\$19.782**

invertidos

**945**

beneficiarios



### Mejoramiento de la Empleabilidad

Capacitaciones realizadas principalmente a mujeres y personas con discapacidad en las áreas de logística, expedición y ventas, potenciado la equidad de género como así también la empleabilidad de las personas en las comunas donde operamos.

#### Articuladores:

- > Coca-Cola Andina Chile
- > Fundación Tacal.

**US\$42.980**

invertidos

**82%**

de participación de mujeres

**203**

mujeres capacitadas

**24**

personas en situación de discapacidad capacitadas



### GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO

GRI 413-1, 413-2

Buscamos fomentar el desarrollo de proveedores, promoviendo la innovación y ecosistemas de abastecimiento social y el desarrollo local.



### Concurso de Innovación Abierta 100+Labs

Busca impulsar el progreso y la innovación mediante el apoyo a emprendimientos que solucionen desafíos relacionados a la cadena de valor como lo es la gestión del agua, el uso de energía, economía circular, logística inteligente e innovación comercial, entre otros.

#### Articuladores:

- > Coca-Cola Paresa
- > The Coca-Cola Company
- > Cervepar
- > Koga

**US\$20.532**

invertidos

**272**

beneficiarios



### Ferias de Emprendedores

Con el objetivo de fomentar y abrir las puertas hacia la gestión de abastecimiento social y potenciar el desarrollo local, realizamos la primera feria para emprendedores de Renca y Maipú.

#### Articuladores:

- > Coca-Cola Andina Chile
- > Municipalidad de Renca y Maipú.

**US\$17.152**

invertidos

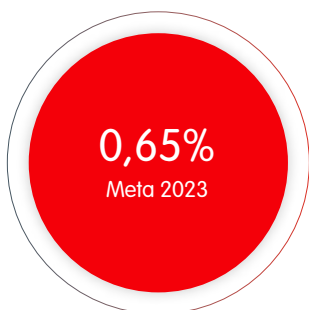
**36**

emprendedores participantes

### PÉRDIDA Y DESPERDICIO DE ALIMENTOS

La Compañía sigue los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y, en 2021, publicó la Política Corporativa de Pérdida de Bebidas y Alimentos, que define los lineamientos y estrategias para minimizar el impacto en todas las operaciones, integrándose en la Estrategia de Creación de Valor Sostenible. De esta manera, se enfocó en la eficiencia y productividad de la cadena de valor, abordando indicadores clave, planes de acción, programas y monitoreos para reducir el desperdicio en todas sus operaciones.

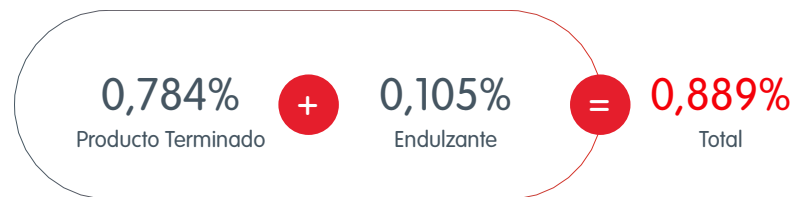
Además, la Compañía cooperó con bancos de alimentos y organizaciones solidarias para generar un impacto positivo en las comunidades donde está presente, donando, durante el año 2023, 2.661.929 litros de productos.



La meta de desperdicio de bebidas y alimentos no contempla las donaciones de producto terminado.



Porcentaje de Pérdida de Alimentos  
(peso total de pérdida / peso total de alimento vendido)



Volúmenes de pérdida y desperdicio de alimentos por categoría de alimentos y/o etapa del ciclo de vida (ton)



5.257 tn  
Pérdida por endulzantes

41.994 tn  
Total pérdida por producto terminado

39.333 tn  
Pérdida de producto terminado

2.662 tn  
Utilizado para fines alternativos

### ACCIONES PARA LA GESTIÓN DE DESPERDICIO DE ALIMENTO.

(Ordenadas por nivel de preferencia para el negocio)





# CADENA DE ABASTECIMIENTO RESPONSABLE

GRI 2-6, 205-2 | CMF 7.1.IV

Nuestros proveedores son parte de la cadena de valor, por lo tanto, definimos un marco estratégico que responda sus requerimientos y los de la Compañía, y que asegure una gestión responsable, enmarcada a través de nuestro Código de Ética para Proveedores y Terceros, Política Corporativa de Compras, Política Corporativa de Derechos Humanos y Principios Rectores para Proveedores de The Coca-Cola Company.



# 8.630

Total de proveedores

## Política Corporativa de Compras CMF 7.1

Regula todas nuestras acciones en esta materia, estableciendo los lineamientos generales para el desarrollo del proceso de compras y los aspectos críticos que deben ser estandarizados. Si bien no existe una política formal y transversal de pago a proveedores para la Compañía, debido a las distintas realidades y legislaciones de los países donde opera, cada uno cuenta con un procedimiento específico que estipula el plazo de pago oportuno.

## Política Corporativa de Derechos Humanos y Principios Rectores The Coca-Cola Company

El compromiso con los Derechos Humanos es irrestricto y se espera que los proveedores compartan estos principios en los territorios donde opera la Compañía. Todos estos valores se encuentran plasmados en los Principios Rectores para Proveedores (Supplier Guiding Principles) de The Coca-Cola Company, y en nuestra Política Corporativa de Derechos Humanos.

## Código de Ética para Proveedores y Terceros

Este documento regula la relación con proveedores, contratistas, subcontratistas y sus colaboradores, agentes e intermediarios en las filiales. Además, establece principios y normas, y aborda temas legales, como, corrupción, contribuciones sociales y conflictos de interés.

## ENFOQUE DE GESTIÓN EN LA CADENA DE ABASTECIMIENTO

La estrategia de gestión nos permite categorizar a cada uno de los proveedores, determinando su nivel de criticidad dentro de la cadena de valor, y así priorizar los recursos para una administración y control eficiente.



## EVALUACIÓN DE NUESTROS PROVEEDORES

GRI 2-6, 205-2, 308-2, 407-1, 414-2 | CMF 7.2

# 1.353

Total de proveedores evaluados

## 255

Total de proveedores críticos  
(evaluados en sostenibilidad)

Representan el **18,8%** del total de proveedores evaluados y el **43,8%** de las compras totales.

Con el objetivo de mejorar la cadena de suministro y generar oportunidades de crecimiento para los proveedores, realizamos evaluaciones periódicas sobre sus niveles de calidad, inocuidad y cumplimiento de entrega, entre otros factores. Adicionalmente, todos los proveedores críticos deben someterse a auditorías periódicas, realizadas por empresas acreditadas e independientes en nombre de The Coca-Cola Company, cuyos resultados califican a cada proveedor en una escala de 4 niveles, identificando oportunidades de mejoras, no conformidades leves y no conformidades importantes. En cualquiera de estos casos, el proveedor debe elaborar un plan de acción correctiva en un plazo de 30 días, el que se revisa dentro de 3 a 6 meses.

### CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD UTILIZADOS EN AUDITORÍAS

- ▶ Respeto a la libertad de asociación y negociación colectiva
- ▶ Prohibición del trabajo infantil
- ▶ Prohibición del trabajo forzado y maltrato laboral
- ▶ Eliminación de la discriminación
- ▶ Horas de trabajo y salarios
- ▶ Lugar de trabajo seguro y saludable
- ▶ Protección del medio ambiente
- ▶ Integridad comercial
- ▶ Cumplimiento de las leyes y normas aplicables
- ▶ Procedimientos de reclamación y solución
- ▶ Sistemas de gestión adecuados y efectivos



### PROVEEDORES CRÍTICOS

**LOS PROVEEDORES CRÍTICOS SON AQUELLOS QUE SUMINISTRAN MATERIAS PRIMAS EN CONTACTO DIRECTO CON LAS BEBIDAS. CUMPLEN LOS "PRINCIPIOS RECTORES PARA PROVEEDORES" DE THE COCA-COLA COMPANY, Y SON EVALUADOS PERIÓDICAMENTE POR AUDITORES EXTERNOS.**



### PLAN ESTRATÉGICO DE ABASTECIMIENTO ANDINA

El año 2023 se implementó esta iniciativa, cuyo objetivo fue extender la evaluación a proveedores seleccionados, para las cuatro operaciones, incluyendo criterios de sostenibilidad (Ambiental, Social y de Gobernanza).

Para evaluar a nuestros proveedores, los segmentamos en función de las categorías de compras más relevantes para el negocio y para las metas de Sustentabilidad de Andina.

# ▶ 943

Proveedores evaluados por el Plan Estratégico de Abastecimiento Andina

### Total de proveedores categorizados en función de las categorías relevantes para el negocio.

## 22

Proveedores de ingredientes

## 142

Proveedores de packaging

## 13

Proveedores Equipos y Servicios de Frio

## 79

Proveedores de distribución

Ejes estratégicos de la evaluación



Gestión de agua



Economía circular



Acción por el clima



## PROVEEDORES LOCALES: NUESTRA PRIMERA ELECCIÓN

GRI 2-6

Se crean alianzas con proveedores locales para promover su integración en la cadena de valor.

**95%**

de los proveedores son de los países donde la Compañía tiene operaciones



**88%**

de nuestros gastos en 2023 corresponden a proveedores nacionales



### Workshop de proveedores

La Compañía fomenta la innovación y la sostenibilidad, extendiendo estos valores a los proveedores de Coca-Cola Andina Brasil mediante talleres que incluyen seguimiento de resultados.



**200**

Proveedores que participaron del workshop

### Impactos positivos

Compromiso del proveedor con la visión de Abastecimiento Sostenible Andina



## CONTROL DE RIESGOS DE ABASTECIMIENTO

Buscando cumplir con los Principios Rectores para Proveedores de The Coca-Cola Company, la Compañía realiza evaluaciones de riesgo en la cadena de suministro:



## PRINCIPALES PROVEEDORES POR PAÍS

GRI 2-6 | GRI 204-1 | CMF 6.2.III

Proveedores que concentran más del 10% del gasto

País	Principales Proveedores
Argentina	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Concentrado</b> <a href="#">Servicios y Productos para Bebidas Refrescantes S.R.L.</a></li> <li><b>Endulzantes (azúcar/fructosa)</b> Complejo Aliment. San Salvador S.A. Ingrecor S.A.</li> <li><b>Envases plásticos preformas</b> Andina Empaques Argentina S.A.</li> <li><b>Resina Envases</b> Alpek Polyester Argentina S.A. Circular-Pet S.A.</li> <li><b>Bobinas (tetrapak)</b> Tetra Pak S.R.L.</li> <li><b>Cartones / Pallet / Chapadur</b> Fijplasto S.A.</li> <li><b>Envases de Vidrio</b> Cattorini Hnos. S.A.C.I.F.E.I.</li> <li><b>Latas</b> Ball Beverage Can South America S.A.</li> <li><b>Tapas</b> Priva S.A.</li> <li><b>Termo Contraible</b> Rio Chico S.A.</li> </ul>
Brazil	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Concentrado</b> <a href="#">Recofarma Industria Do Amazonas Ltda.</a></li> <li><b>Endulzantes (azúcar/fructosa)</b> Usina Alta Mogiana S/A - Açúcar E Alcool</li> <li><b>Envases plásticos preformas</b> Valgroup Rj Industria De Embalagens Rigidas Ltda.</li> <li><b>Tapas</b> Valgroup Mg Industria De Embalagens Rigidas Ltda.</li> <li><b>Envases plásticos retornables</b> Riopet Embalagens S.A.</li> <li><b>Agua</b> Igua Rio De Janeiro S.A.</li> <li><b>Bobinas (tetrapak)</b> Tetra Pak Ltda.</li> <li><b>Energía eléctrica/gases</b> Ecogen Rio Solucoes Energeticas S.A.</li> <li><b>Etiquetas</b> Pp Print Embalagens S.A.</li> <li><b>Latas</b> Crown Embalagens Metalica Da Amazonia S.A.</li> <li><b>Termo Contraible</b> Valgroup Mg Industria De Embalagens Flexiveis Ltda.</li> <li><b>Jugos</b> Tecnovin Do Brasil Ltda.</li> </ul>
Chile	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Concentrado</b> <a href="#">Coca-Cola de Chile S.A.</a></li> <li><b>Endulzantes (azúcar/fructosa)</b> Comercializadora de Productos Panor Ltda. Iansa Ingredientes S.A. Sucden Chile S.A.</li> <li><b>Envases plásticos preformas</b> Envases CMF S.A.</li> <li><b>Tapas</b> Sinea S.A.</li> <li><b>Cartones</b> Corrupac S.A. Envases Impresos S.P.A.</li> <li><b>Envases de Vidrio</b> Cristalerías Toro S.P.A. Cristalerías de Chile S.A.</li> <li><b>Termo Contraible</b> Plásticos Arpolí S.P.A.</li> <li><b>Gas Carbónico</b> Linde Gas Chile S.A.</li> </ul>
Paraguay	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Concentrado</b> <a href="#">Servicios Y Productos Para Bebidas Recofarma Ind Amazonas Ltda.</a></li> <li><b>Endulzantes (azúcar/fructosa)</b> Alcotec Sociedad Anónima Azucarera Paraguaya S.A. Inpasa Del Paraguay S.A. Ingrecor S.A.</li> <li><b>Envases plásticos preformas</b> <a href="#">Industrias Pet S.A.E.C.A.</a></li> <li><b>Tapas</b> Andina Empaques Argentina S.A.</li> <li><b>Bobinas (tetrapak)</b> Tetra Pak Global Distribution S.A.</li> <li><b>Termo Contraible</b> Petropack S.A.</li> <li><b>Jugos</b> Fenix S.A.</li> <li><b>Latas</b> Embotelladora del Atlántico S.A.</li> </ul>



**7**

Resumen  
financiero y  
económico

# MARCO REGULATORIO

CMF 6.1.III, 6.1.IV

Embotelladora Andina S.A. es una sociedad anónima abierta, constituida y vigente de acuerdo con la legislación chilena. Como tal, se encuentra sujeta a las normas de la Ley N° 18.045 sobre Mercado de Valores y la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas y su Reglamento, así como también a las normas dictadas al efecto por la autoridad reguladora chilena, la Comisión para el Mercado Financiero (CMF).

Al ser emisora de Depositary Receipts de la New York Stock Exchange, la Compañía se encuentra sujeta a las normas de Securities Exchange Act de 1934, Foreign Corrupt Practices Act de 1977 y Sarbanes-Oxley Act de 2002, así como también a las normas dictadas al efecto por la Securities and Exchange Commission y la New York Stock Exchange.

Las operaciones en Argentina, Brasil, Chile y Paraguay deben observar las normas aplicables de manera específica a las actividades y negocios que realizan según las leyes locales.



## Argentina

(i) Ley Nacional N°18.284, Código Alimentario argentino que regula todo lo relacionado con la elaboración, importación, y comercialización de alimentos y bebidas; (ii) Ley Nacional N°24.788 y sus decretos reglamentarios, los cuales regulan la venta y consumo de bebidas alcohólicas y su publicidad; (iii) Decreto Reglamentario N°149/2009 y su modificación por Decreto N°688/2009, que regula todo lo relacionado con la publicidad de bebidas con alcohol; (iv) Ley de Góndolas Ley N° 27.545; y (v) La Ley N° 27.642 de Promoción de la Alimentación Saludable (Ley de Etiquetado Frontal).



## Chile

(i) Normas del Reglamento Sanitario de los Alimentos contenido en el Decreto N°977 del Ministerio de Salud de 1997, y en el Código Sanitario; (ii) Normas del Reglamento de Aguas Minerales contenidas en el Decreto N°106 del Ministerio de Salud de 1997, Reglamento de Aguas Minerales; (iii) Ley sobre Composición Nutricional de los Alimentos y su publicidad, Ley N°20.606; Decreto N°13 del Ministerio de Salud, de 26 de junio de 2015, y Ley sobre Publicidad de Alimentos, Ley N°20.869; (iv) Leyes que regulan la producción, elaboración, comercialización, expendio y consumo de bebidas alcohólicas, Ley N°18.455 y Ley N°19.925; y (v) Ley que establece marco para la gestión de residuos, la responsabilidad extendida del productor y fomento al reciclaje, Ley N°20.920.

## Brasil

(i) Ley Federal N°8.918, de 14 de julio de 1994, que dispone la normalización, clasificación, registro, producción e inspección de bebidas, autorizando la creación de la Comisión Intersectorial de Bebidas y otras medidas; (ii) Decreto Federal N°6.871, de 4 de junio de 2009, que reglamentó la Ley Federal N°8.918, de 14 de julio de 1994, que establece la normalización, clasificación, registro, producción e inspección de bebidas; (iii) Decreto Ley N°986, de 21 de octubre de 1969, que instituye las normas alimentarias básicas; (iv) Decreto Ley N°7.841, de 8 de agosto de 1945, que instituyó el Código de Aguas Minerales; (v) Ley Federal N°6.437, de 20 de agosto de 1977, que define las violaciones a la legislación federal de salud y establece las sanciones respectivas y toma otras medidas; (vi) Resolución N°23 del Ministerio de Salud, de 15 de marzo de 2000, que establece el Manual de Procedimientos Básicos para el Registro y Exención del Requisito de Registro de Productos Relevantes para el Área Alimentaria; (vii) Resolución MAPA RDC N°27, de 6 de agosto de 2010, y Resolución MAPA RDC N°240, de 26 de julio de 2018, que establecen categorías de alimentos y empaques exentos y con registro sanitario obligatorio; (viii) Resolución MAPA RDC N°208, de 5 de enero de 2018, que regula el procedimiento para las peticiones sometidas a análisis por los sectores técnicos de ANVISA y deroga la Resolución MAPA RDC N°204, de 6 de julio de 2005; (ix) Instrucción Normativa MAPA N°72, de 16 de noviembre de 2018, que aprueba los requisitos y procedimientos administrativos para el registro de establecimientos y productos; y (x) Instrucción Normativa MAPA N°34, de fecha 21 de octubre de 2015, que establece, en el ámbito del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Abastecimiento-MAPA, el Sistema Electrónico Integrado de Productos y Establecimientos Agropecuarios-SIPEAGRO.



## Paraguay

(i) Ley N°836/80, Código Sanitario; (ii) Ley N°1.334/98 de Defensa del Consumidor y del Usuario, modificada por Ley N°6366/19 y Ley N°6624/20; (iii) Ley N°1.333/98 sobre Publicidad y Promoción de Tabaco y Bebidas Alcohólicas; (iv) Ley N°1.642/00 que prohíbe la venta de bebidas alcohólicas a menores de edad y prohíbe su consumo en la vía pública; y (v) Decreto del Poder Ejecutivo N°1.635/99 y Resolución del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social N°643/12, que regulan aspectos relativos al registro de productos alimenticios y sus modificaciones, entre otros.





# PROPIEDAD Y CONTROL

CMF 2.3.4.III.C

## 473.289.301

Total de acciones serie A

## 473.281.303

Total de acciones serie B



## DOCUMENTOS CONSTITUTIVOS

Embotelladora Andina S.A. es una sociedad anónima abierta que fue constituida por escritura pública el 7 de febrero de 1946, otorgada ante el Notario Público de Santiago, don Luciano Hiriart Corvalán. Un extracto de esta escritura se registró a fojas 768, N° 581 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago de 1946 y fue publicado en el Diario Oficial N° 20.413 el 25 de marzo de 1946. Sus estatutos fueron aprobados por Decreto Supremo N° 1.364 el 13 de marzo de 1946, los cuales se encuentran registrados a fojas 770, N° 582 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago de 1946. La última reforma a los estatutos fue aprobada por Junta General Extraordinaria de Accionistas de fecha 25 de junio de 2012, cuya acta fue reducida a escritura pública con fecha 12 de julio de 2012, ante la Notaría de San Miguel de doña María Patricia Donoso Gomien. Un extracto de dicha escritura se encuentra inscrito a fojas 49.151, N° 34.479 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago de 2012 y fue publicado en el Diario Oficial el día 1 de agosto de 2012. Posteriormente, por escritura pública de fecha 14 de octubre de 2013, otorgada en la Notaría de Santiago de don Eduardo Avello Concha, se dejó constancia de una disminución de pleno derecho en el capital social conforme lo dispuesto en el artículo 27 de la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas. Un extracto de dicha escritura se anotó al margen de la inscripción social en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago, con fecha 16 de octubre del mismo año.

Conforme a lo señalado, el capital social disminuyó en la suma de Ch\$21.724.544 y quedó dividido en 473.289.301 acciones de la Serie A y 473.281.303 acciones de la Serie B.

### SERIES DE ACCIONES

CMF 2.3.4.I

La Serie A y la Serie B se diferencian por sus derechos políticos de voto y económicos.

Mientras las acciones de la Serie A tienen derecho a elegir 12 de los 14 directores, las acciones de la Serie B tienen derecho a elegir 2 de los 14 directores y a recibir todos y cualquiera de los dividendos que por acción distribuya la Compañía, sean provisorios, definitivos, mínimos obligatorios, adicionales o eventuales, aumentados en un 10%. Las preferencias de las acciones Serie A y Serie B durarán por el plazo que vence el día 31 de diciembre de 2130. Vencido este plazo, quedarán eliminadas las Series A y B, y las acciones que las forman automáticamente quedarán transformadas en acciones ordinarias sin preferencia alguna, eliminándose la división en series de acciones.

## PRINCIPALES ACCIONISTAS

Propiedad de la  
Compañía  
CMF 2.3.1

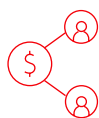


	Serie A	% Propiedad	Serie B	% Propiedad	Total A+B	% Propiedad
Grupo Controlador <sup>1</sup>	262.428.986	55,4%	109.128.834	23,1%	371.557.820	39,3%
Otros	107.724.618	22,8%	316.200.042	66,8%	423.924.660	44,8%
Coca-Cola <sup>2</sup>	69.348.241	14,7%	-	0,0%	69.348.241	7,3%
AFPs	30.249.610	6,4%	23.971.723	5,1%	54.221.333	5,7%
ADRs	3.537.846	0,7%	23.980.704	5,1%	27.518.550	2,9%
<b>Total</b>	<b>473.289.301</b>	<b>100,0%</b>	<b>473.281.303</b>	<b>100,0%</b>	<b>946.570.604</b>	<b>100,0%</b>

(1) Ver descripción del Grupo Controlador en la siguiente sección.

(2) Se considera la participación directa e indirecta que Coca-Cola de Chile S.A. tiene en Embotelladora Andina S.A.

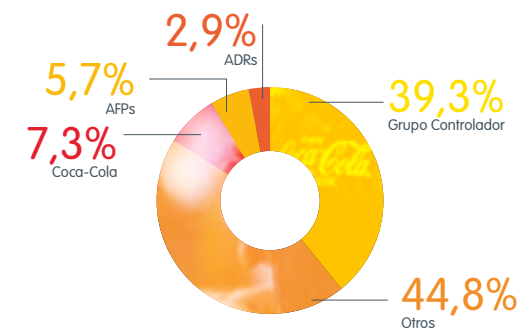
Doce mayores  
accionistas  
CMF 2.3.3



	RUT	Serie A	Serie B	Total Acciones	Participación (%)
INVERSIONES CABILDO SPA*	76062133-1	65.487.786	36.950.863	102.438.649	10,82%
INVERSIONES SH SEIS LIMITADA*	76273760-4	65.489.786	25.164.863	90.654.649	9,58%
COCA-COLA DE CHILE S. A.	96714870-9	67.938.179	-	67.938.179	7,18%
BANCHILE CORREDORES DE BOLSA S.A.	96571220-8	1.312.177	63.290.919	64.603.096	6,82%
INVERSIONES NUEVA DELTA S.A.*	76309233-k	58.927.056	-	58.927.056	6,23%
BANCO DE CHILE POR CUENTA DE STATE STREET	33338812-k	-	45.999.772	45.999.772	4,86%
LARRAIN VIAL S.A. CORREDORA DE BOLSA	80537000-9	11.533.842	31.824.963	43.358.805	4,58%
BANCO SANTANDER - JP MORGAN	33338330-6	6.436.650	30.039.650	36.476.300	3,85%
BANCO SANTANDER - CHILE	33338574-0	12.476.000	34.212.261	46.688.261	4,93%
INVERSIONES GRAN ARAUCARIA DOS LTDA.	76727516-1	36.467.998	5.967.973	42.435.971	4,48%
THE BANK OF NEW YORK MELLON	33338454-k	3.508.224	23.980.704	27.488.928	2,90%
BANCO DE CHILE POR CUENTA DE TERCEROS CA	33338248-2	5.275.926	24.891.488	30.167.414	3,19%

\*Sociedad relacionada con Grupo Controlador

Porcentaje de  
propiedad  
CMF 2.3.2, 2.3.3



**NO SE PRESENTARON CAMBIOS RELEVANTES EN LA PROPIEDAD ACCIONARIA DE LA COMPAÑÍA DURANTE EL PERIODO REPORTADO.**



1

**SH6:****INVERSIONES SH SEIS LIMITADA.****RUT 76.273.760-4**

La propiedad directa e indirecta de esta sociedad es de:

- (a) Inmobiliaria e Inversiones Punta Larga Limitada, Rut 96.580.490-0, titular del 14,2069% del capital social. Esta sociedad es 99,92% de propiedad directa de Jaime Said Handal, Rut 4.047.015-8;
- (b) Inversiones Bullish Limitada, Rut 76.167.252-5, titular del 14,2069% del capital social. Esta sociedad es 97,2873% de propiedad indirecta de Gonzalo Said Handal, Rut 6.555.478-K;
- (c) Inversiones Berklee Limitada, Rut 77.077.030-0, titular del 14,2069% del capital social. Esta sociedad es 99% de propiedad directa de Javier Said Handal, Rut 6.384.873-5;
- (d) Inversiones Harvest Limitada, Rut 77.077.250-8, titular del 14,2069% del capital social. Esta sociedad es 69,66% de propiedad directa de Bárbara Said Handal, Rut 4.708.824-0;
- (e) Inversiones Oberon Limitada, Rut 76.126.745-0, titular del 14,2069% del capital social. Esta sociedad es 90,0885% de propiedad indirecta de Marisol Said Handal, Rut. 6.384.872-7;
- (f) Inversiones Rinascente Limitada, Rut 77.077.070-K, titular del 14,2069% del capital social. Esta sociedad es 94,0580% de propiedad directa de Cristina Said Handal; Rut 5,522.896-5;
- (g) Cada uno de Jaime, Gonzalo, Javier, Bárbara, Marisol y Cristina Said Handal, titular del 0,00006175% del capital social; y
- (h) Inmobiliaria Pro Seis Limitada, Rut 76.268.900-6, titular del 14,7581% del capital social. Esta sociedad es de propiedad indirecta en partes iguales de cada uno de Jaime, Gonzalo, Javier, Bárbara, Marisol y Cristina Said Handal.

**GRUPO CONTROLADOR**

CMF 2.3.1, 2.3.3, 3.4.IV

Embotelladora Andina S.A. es controlada por el siguiente grupo de personas naturales y jurídicas:

Grupo controlador	Representación en acciones
Inversiones SH Seis Limitada ("SH6")	Titular de 65.489.786 acciones serie A de Andina que mantiene por sí.
Inversiones Cabildo SpA ("Cabildo")	Titular de 65.487.786 acciones serie A de Andina que mantiene por sí.
Inversiones Nueva Delta S.A. ("Nueva Delta")	Titular de 58.927.056 acciones serie A de Andina que mantiene por sí.
Inversiones Nueva Delta Dos S.A. ("Nueva Delta Dos")	Titular de 3.574.999 acciones serie A de Andina que mantiene por sí.
Inversiones Don Alfonso Limitada ("Don Alfonso")	Titular de 16.475.068 acciones serie A de Andina, que mantiene por sí.
Inversiones El Campanario Limitada ("Campanario")	Titular de 16.475.069 acciones serie A de Andina, que mantiene por sí.
Inversiones Los Robles Limitada ("Los Robles")	Titular de 16.475.069 acciones serie A de Andina, que mantiene por sí y bajo la custodia de terceros.
Inversiones Las Niñas Dos SpA ("Las Niñas Dos")	Titular de 16.538.395 acciones serie A de Andina, que mantiene por sí y bajo la custodia de terceros.

Los controladores finales de las sociedades antes mencionadas son las personas y representantes para la administración que se indican más adelante.



2

**CABILDO:****INVERSIONES CABILDO SPA.****RUT 76.062.133-1**

La propiedad directa e indirecta de esta sociedad es de:

- (a) Inversiones Delfin Uno S.A., Rut 76.005.604-9, titular del 2,13% del capital social. Esta sociedad es 99,99% de propiedad de doña Isabel Margarita Somavía Dittborn, Rut 3.221.015-5;
- (b) Inversiones Delfin Dos S.A., Rut 76.005.591-3, titular del 2,13% del capital social. Esta sociedad es 99,99% de propiedad de la sucesión de don José Said Saffie, Rut 2.305.902-9;
- (c) Inversiones Delfin Tres SpA., Rut 76.005.585-9, titular del 38,30% del capital social. Esta sociedad es 100% de propiedad de don Salvador Said Somavía, Rut 6.379.626-3;
- (d) Inversiones Delfin Cuatro SpA., Rut 76.005.582-4, titular del 19,15% del capital social. Esta sociedad es 100% de propiedad de doña Isabel Said Somavía, Rut 6.379.627-1;
- (e) Inversiones Delfin Cinco SpA., Rut 76.005.503-4, titular del 19,15% del capital social. Esta sociedad es 100% de propiedad de doña Constanza Said Somavía, Rut 6.379.628-K; y
- (f) Inversiones Delfin Seis SpA., Rut 76.005.502-6, titular del 19,15% del capital social. Esta sociedad es 100% de propiedad de doña Loreto Said Somavía, Rut. 6.379.629-8.

3

**NUEVA DELTA:****INVERSIONES NUEVA DELTA S.A.**

**RUT 76.309.233-K, 77,05% de propiedad de Inversiones Nueva Sofia Limitada, RUT 76.366.690-5**

La propiedad directa e indirecta de esta sociedad es de:

- (a)** 7,01% de don José Antonio Garcés Silva (padre), Rut 3.984.154-1, quien además mantiene los derechos políticos a través de una serie especial de acciones en la matriz;
- (b)** 1,34% de doña María Teresa Silva Silva, Rut 3.717.514-5;
- (c)** 18,33% de doña María Teresa Garcés Silva, Rut 7.032.690-6;
- (d)** 18,33% de doña María Paz Garcés Silva, Rut 7.032.689-2;
- (e)** 18,33% de don José Antonio Garcés Silva (hijo), Rut 8.745.864-4;
- (f)** 18,33% de don Matías Alberto Garcés Silva, Rut 10.825.983-3; y
- (g)** 18,33% de don Andrés Sergio Garcés Silva, Rut 10.828.517-6.

4

**NUEVA DELTA DOS:****INVERSIONES NUEVA DELTA DOS S.A.**

**RUT 76.309.244-5, 99,95% de propiedad de Inversiones Nueva Sofia Limitada**

La propiedad directa e indirecta de esta sociedad es la misma que se detalla en el párrafo anterior para Nueva Delta.

5

**DON ALFONSO:****INVERSIONES DON ALFONSO LIMITADA.**

**Rut 76.273.918-6**

La propiedad directa e indirecta de esta sociedad es de:

- (a)** 73,40437% de propiedad de María de la Luz Chadwick Hurtado, Rut 5.669.689-K;
- (b)** 0,05062% de propiedad de Carlos Eugenio Lavín García-Huidobro, Rut 4.334.605-9;
- (c)** 26,54501% de propiedad de Inversiones FLC Limitada (controlada en un 99,5% por Francisco José Lavín Chadwick, Rut 10.673.048-2), cuyo controlador final es doña María de la Luz Chadwick Hurtado como representante para la administración.

**CAMPANARIO:****INVERSIONES EL CAMPANARIO LIMITADA.**

**Rut 76.273.959-3**

La propiedad directa e indirecta de esta sociedad es de:

- (a)** 86,225418% de propiedad de María Soledad Chadwick Claro, Rut 7.011.445-3;
- (b)** 6,888107% de propiedad de Inversiones Melitta Limitada (controlada en un 99,99% por Josefina Dittborn Chadwick, Rut 13.831.761-7);
- (c)** 6,886475% de propiedad de Inversiones DV Limitada (controlada en un 99,99% por Julio Dittborn Chadwick, Rut 15.382.118-6), cuyo controlador final como administradora es doña María Soledad Chadwick Claro.

6

**LOS ROBLES:****INVERSIONES LOS ROBLES LIMITADA.**

**RUT 76.273.886-4**

La propiedad directa e indirecta de esta sociedad es de:

- (a)** 0,107735% de propiedad de Felipe Tomás Cruzat Chadwick, Rut 13.689.123-5;
- (b)** 0,107735% de propiedad de Carolina María Errázuriz Chadwick, Rut 16.369.519-7;
- (c)** 0,107735% de propiedad de Jacinta María Errázuriz Chadwick, Rut 17.408.873-K;
- (d)** 33,2256% de propiedad de Inversiones Bocaleón Limitada (controlada en un 99,9902% por Felipe Tomás Cruzat Chadwick);
- (e)** 33,2256% de propiedad de Inversiones Las Dalías Limitada (controlada en un 99,993% por Carolina María Errázuriz Chadwick);
- (f)** 33,2256% de propiedad de Inversiones Las Hortensias Limitada (controlada en un 99,9903% por Jacinta María Errázuriz Chadwick), cuyo controlador final (como administradora) es doña María Carolina Chadwick Claro, Rut 7.011.443-7.

7

**LAS NIÑAS DOS:****INVERSIONES LAS NIÑAS DOS SPA.**

**RUT 76.273.943-7**

La propiedad directa e indirecta de esta sociedad es de:

100% de propiedad de Inversiones Las Niñas Limitada (controlada en un 96% por María Eugenia Chadwick Braun, Rut 17.403.673-K, Magdalena María Chadwick Braun, Rut 17.701.220-3, María José Chadwick Braun, Rut 18.023.409-8 y Alejandra María Chadwick Braun, Rut 19.245.122-1), cuyo controlador final (como representante para la administración) es Eduardo Chadwick Claro, Rut 7.011.444-5.

8

Participación directa o indirecta que los miembros del grupo controlador o sus personas relacionadas tienen en la Compañía

(incluyendo acciones Serie A y Serie B)

Se excluye la participación nominal de Inversiones Freire S.A. de 23 acciones Serie A de Andina y de Inversiones Freire Dos S.A. de 4 acciones Serie A de Andina.  
CMF 2.3.1

	Serie A	Serie B
Inversiones SH Limitada	65.489.786	25.164.863
Sucesión de Jaime Said Demaría	0	49.600
<b>Participación por serie</b>	<b>13,8371%</b>	<b>5,3275%</b>

	Serie A	Serie B
Inversiones Cabildo SpA	65.487.786	36.950.863
<b>Participación por serie</b>	<b>13,8367%</b>	<b>7,8178%</b>

	Serie A	Serie B
Inversiones Nueva Delta S.A.	58.927.056	0
Inversiones Nueva Delta Dos S.A.	3.574.999	0
Inversiones Nueva Sofia Limitada	2.985.731	12.978.583
José Antonio Garcés Silva	0	49.600
<b>Participación por serie</b>	<b>13,8367%</b>	<b>2,7527%</b>

	Serie A	Serie B
Inversiones el Campanario Limitada	16.475.069	10.174.594
Inversiones Los Robles Limitada	16.475.069	10.196.883
Inversiones Las Niñas Dos SpA	16.538.395	5.126.992
Inversiones Don Alfonso Limitada	16.475.068	3.975.928
Inversiones las Niñas Limitada	0	4.460.928
<b>Participación por serie</b>	<b>13,9372%</b>	<b>7,7557%</b>

Único accionista, distinto al Grupo Controlador, que excede el 10% de participación en la propiedad de la Compañía.

Se considera la participación directa e indirecta que Coca-Cola de Chile S.A. tiene en Embotelladora Andina S.A.  
CMF 2.3.3

	Serie A	Serie B
Total de acciones de Coca-Cola Chile S.A.	69.348.241	-
<b>Porcentaje de participación por serie</b>	<b>14,65%</b>	<b>-</b>

## PACTO DE ACUERDO DE ACTUACIÓN CONJUNTA

CMF 2.3.1

El Grupo Controlador actúa en conformidad a un acuerdo de actuación conjunta (el "Pacto"). Según este Pacto, el Grupo Controlador ejercerá conjuntamente el control de la Compañía para asegurar la mayoría de los votos en las juntas de accionistas y en las sesiones de Directorio. Las resoluciones del Grupo Controlador son aprobadas por al menos tres de las cuatro partes, salvo ciertas materias que requieren unanimidad.

Por otra parte, y sujeto al cumplimiento de las normas de la Ley de Mercado de Valores, en el Pacto se establecen opciones de venta de cada parte respecto de las otras a un precio de mercado más un premio de 9,9% y 25%, con ventanas de ejercicio de 30 días en junio de cada año, y en junio de 2017 y 2027, respectivamente; y en el caso de que todas, menos una de las partes, decidan vender, se regula un derecho de primera opción de compra por un plazo de un año.

El Pacto se encuentra formalizado mediante instrumento privado suscrito entre las partes y tiene duración indefinida.

En relación con la inversión de The Coca-Cola Company en la Compañía, The Coca-Cola Company y el Grupo Controlador celebraron un Pacto de accionistas el 5 de septiembre de 1996, estableciendo ciertas restricciones para la transferencia de capital accionario de Andina por el Grupo Controlador. En particular, se restringe el traspaso de las acciones Serie A del Grupo Controlador sin la previa autorización de The Coca-Cola Company. Este pacto de accionistas también estipula ciertas materias de Gobierno Corporativo, incluyendo el derecho de The Coca-Cola Company a elegir a 2 de los 14 directores de la Compañía, en tanto The Coca-Cola Company y sus subsidiarias posean colectivamente un porcentaje determinado de acciones Serie A.

En acuerdos relacionados, el Grupo Controlador otorgó a The Coca-Cola Company una opción para adquirir el 100% de las acciones Serie A de su propiedad a un precio determinado y de conformidad con los procedimientos establecidos en aquellos acuerdos, la cual se podrá ejercer al tener lugar ciertos cambios en la propiedad beneficiaria del Grupo Controlador.

## SÍNTESIS DE COMENTARIOS Y PROPOSICIONES DE ACCIONISTAS Y DEL COMITÉ DE DIRECTORES

CMF 10

Según lo prescrito en la Norma de Carácter General N°30 de la CMF y en el artículo 74 de la Ley de Sociedades Anónimas, Ley N°18.046, se informa que ni el Comité de Directores, ni accionistas o grupos de accionistas que representen o posean el 10% o más de las acciones emitidas con derecho a voto, formularon comentarios o proposiciones con respecto a la marcha de los negocios de la Compañía. Sin perjuicio de lo anterior, el acta de la Junta Ordinaria de Accionistas del año 2023 recogió las observaciones realizadas por los accionistas que manifestaron su opinión durante el transcurso de dicha reunión.

## JUNTA DE ACCIONISTAS

CMF 3.7.IV

Nuestros accionistas participan activamente en la gestión de Coca-Cola Andina, a través de la Junta Ordinaria de Accionistas, donde anualmente se da cuenta de la gestión de la Compañía. Durante el periodo 2023, la Junta Ordinaria de Accionistas se realizó de manera remota, mediante un sistema electrónico contratado con el Instituto de Directores de Chile, alcanzando un quórum de asistencia de 84,50%. Este mecanismo permite a los accionistas participar y ejercer su derecho a voto por medios remotos, asegurando debidamente su identidad y cautelando los principios de simultaneidad y secreto de las votaciones que se efectúan. Por otra parte, en la medida que se adoptan acuerdos en la Junta Ordinaria de Accionistas, estos son publicados en la página web de la Compañía, permitiendo al público general informarse al respecto y en tiempo real.



84,50%

Quórum de asistencia a la Junta Ordinaria de Accionistas

799.939.116

Acciones representadas



Dividendos pagados  
CMF 2.3.4.III.A

Fecha de aprobación del dividendo	Fecha de pago del dividendo	Ejercicio anual con respecto al cual se declara el dividendo	Monto total de los dividendos declarados y pagados (millones de Ch\$)	Series A		Series B		Tipo de dividendo
				Ch\$ por acción	US\$ por acción	Ch\$ por acción	US\$ por acción	
28-12-23	25-01-24	2023	31.805	32,00	0,03522	35,20	0,03874	Provisorio
27-09-23	26-10-23	2023	28.823	29,00	0,03091	31,90	0,03400	Provisorio
25-07-23	25-08-23	2023	28.823	29,00	0,03393	31,90	0,03732	Provisorio
20-04-23	26-05-23	Ut. Acu*	49.695	50,00	0,06179	55,00	0,06797	Definitivo
20-04-23	09-05-23	2022	28.823	29,00	0,03655	31,90	0,04021	Definitivo
27-12-22	27-01-23	2022	28.823	29,00	0,03613	31,90	0,03975	Provisorio
27-09-22	28-10-22	2022	28.823	29,00	0,03068	31,90	0,03375	Provisorio
26-07-22	26-08-22	2022	28.823	29,00	0,03187	31,90	0,03505	Provisorio
13-04-22	26-04-22	Ut. Acu*	159.024	160,00	0,18805	176,00	0,20685	Definitivo
13-04-22	26-04-22	2021	28.823	29,00	0,03408	31,90	0,03749	Definitivo
21-12-21	28-01-22	2021	28.823	29,00	0,03629	31,90	0,03992	Provisorio
28-09-21	29-10-21	2021	28.823	29,00	0,03600	31,90	0,03960	Provisorio
15-04-21	27-08-21	Ut. Acu*	25.841	26,00	0,03312	28,60	0,03643	Definitivo
15-04-21	28-05-21	2020	25.841	26,00	0,03560	28,60	0,03916	Definitivo
22-12-20	29-01-21	2020	25.841	26,00	0,03507	28,60	0,03858	Provisorio
27-10-20	24-11-20	2020	25.841	26,00	0,03394	28,60	0,03734	Provisorio
25-02-20	28-08-20	Ut. Acu*	25.841	26,00	0,03315	28,60	0,03647	Adicional
25-02-20	29-05-20	2019	25.841	26,00	0,03199	28,60	0,03519	Definitivo

\* Utilidades acumuladas

## POLÍTICA DE DIVIDENDOS Y DIVIDENDOS PAGADOS

CMF 2.3.4.II

De acuerdo con la normativa y con los estatutos de Embotelladora Andina S.A., nuestra política de distribución de dividendos vigente considera repartir al menos el 30% de las utilidades líquidas del ejercicio.

Históricamente, la Compañía ha efectuado los repartos a través del pago de dividendos provisorios y un dividendo definitivo, luego de su aprobación por parte de la Junta Ordinaria de Accionistas posterior al cierre del ejercicio respectivo.

Desde el año 2000, Coca-Cola Andina paga anualmente dividendos adicionales, de acuerdo con la aprobación de la Junta Ordinaria de Accionistas.



## TRANSACCIONES EN BOLSAS

CMF 2.3.4.III.B

El capital social de Embotelladora Andina S.A. al 31 de diciembre de 2023 asciende a Ch\$270.738 millones, dividido en 473.289.301 acciones Serie A y 473.281.303 acciones Serie B, las que se cotizan en bolsas de valores en Chile y Estados Unidos (Nueva York) en forma de American Depositary Receipts (ADR).

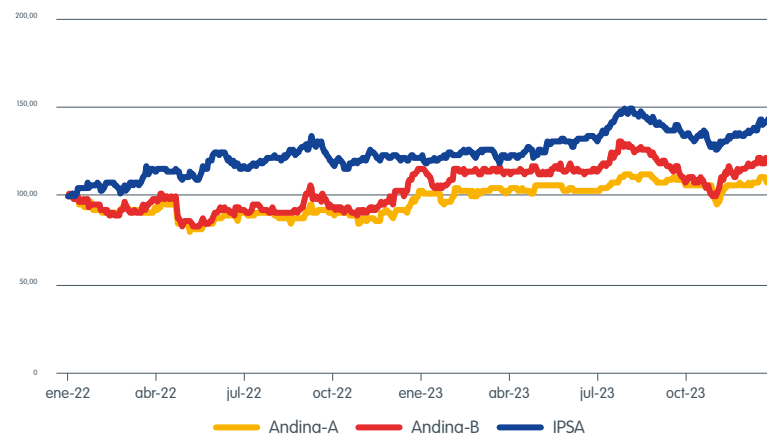
Las acciones de la Compañía se transan en la Bolsa de Comercio de Santiago desde el año 1955. En 1997, Coca-Cola Andina realizó una división de acciones en Serie A y B, teniendo como códigos nemotécnicos para la Bolsa de Santiago, Andina-A y Andina-B. El departamento de acciones en Chile es SerCor.

Los ADR de la Compañía se transan en la Bolsa de Valores de Nueva York desde el año 1994. Un ADR es equivalente a seis acciones comunes. En 1997 Coca-Cola Andina realizó una división de acciones en Serie A y B, teniendo como códigos nemotécnicos para la NYSE, AKO-A y AKO-B. El banco depositario de los ADR es The Bank of New York Mellon.

### Precio de acciones transadas en Chile

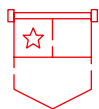
CMF 2.3.4.III.B

Evolución de los precios de las acciones Serie A y B de la Compañía y del IPSA, para un periodo de dos años, terminado el 31 de diciembre de 2023 (en base 100).



### Precio promedio y cantidad transada en Chile

CMF 2.3.4.III.B



	2023	Andina - A			Andina - B		
		Acciones Transadas (Millones)	Total Transado (Millones Ch\$)	Precio Promedio (Ch\$)	Acciones Transadas (Millones)	Total Transado (Millones Ch\$)	Precio Promedio (Ch\$)
Bolsa de Comercio de Santiago	1er. Trimestre	2,0	3.183	1.607	58,7	117.797	2.026
	2do. Trimestre	0,8	1.301	1.661	41,7	85.725	2.057
	3er. Trimestre	9,3	16.025	1.730	51,2	112.334	2.189
	4to. Trimestre	4,3	7.420	1.683	43,4	87.663	2.027
Bolsa Electrónica de Chile	1er. Trimestre	0,1	108	1.638	5,5	10.877	2.007
	2do. Trimestre	0,1	171	1.661	2,8	5.764	2.062
	3er. Trimestre	0,4	628	1.758	3,1	6.749	2.207
	4to. Trimestre	0,1	215	1.724	39,1	84.049	1.930

Fuente: Certificado de las respectivas Bolsas.

Precio de acciones transadas en la Bolsa de Nueva York

CMF 2.3.4.III.B

Evolución de los precios de los ADR Series A y B y el Índice Dow Jones, para un período de dos años, terminado el 31 de diciembre de 2023 (en base 100).



Precio promedio y cantidad transada en la Bolsa de Nueva York

CMF 2.3.4.III.B



2023	AKO - A			AKO - B		
	ADRs Transados (Millones)	Total Transado <sup>1</sup> (Millones US\$)	Precio Promedio (US\$)	ADRs Transados (Millones)	Total Transado <sup>1</sup> (Millones US\$)	Precio Promedio (US\$)
1 <sup>er</sup> trimestre	0,15	1,85	12,06	2,40	36,13	15,05
2 <sup>do</sup> trimestre	0,10	1,20	12,46	1,45	22,37	15,39
3 <sup>er</sup> trimestre	0,13	1,63	12,31	1,04	15,88	15,29
4 <sup>o</sup> trimestre	0,09	1,01	11,30	0,41	5,54	13,55

<sup>1</sup>: Total transado está calculado como precio promedio multiplicado por el volumen de ADRs transados  
Fuente: Bloomberg

**OTROS VALORES**

CMF 2.3.5

Las obligaciones con el público corresponden a bonos en UF en el mercado chileno, bonos en dólares y en francos suizos en el mercado internacional emitidos por Embotelladora Andina S.A.

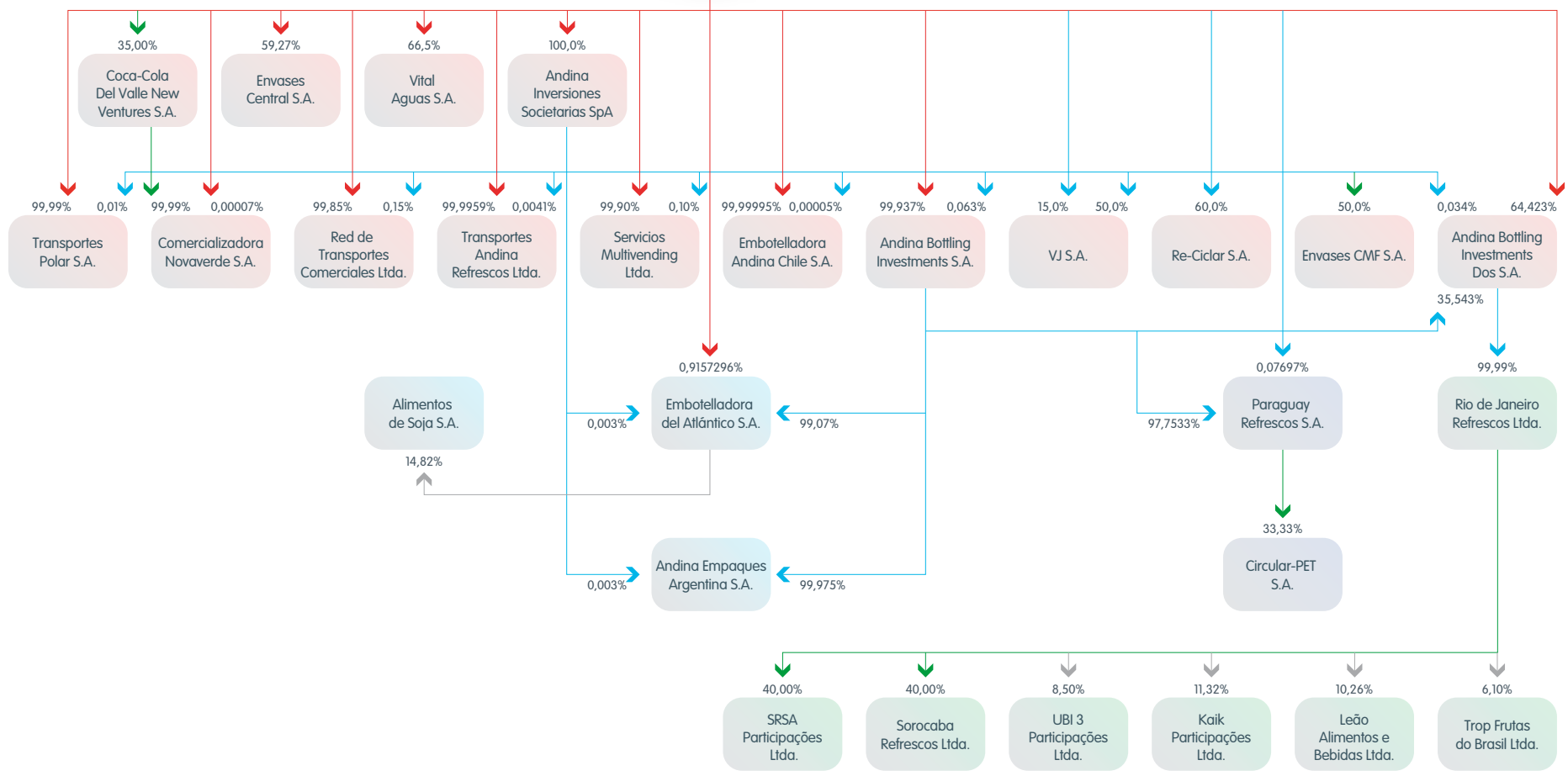


# ESTRUCTURA SOCIETARIA

CMF 6.5.1.X



- Chile
- Argentina
- Brasil
- Paraguay
- Sociedad Matriz
- Filiales Consolidadas
- Asociadas
- Inversiones sin influencia significativa



# FILIALES, COLIGADAS Y ASOCIADAS

GRI 2-6 | CMF 6.5.1.I, 6.5.1.II, 6.5.1.III, 6.5.1.IV, 6.5.1.V, 6.5.1.VI, 6.5.1.VII, 6.5.1.VIII, 6.5.1.IX, 6.5.2

En el último año se registraron variaciones en la participación de Rio Janeiro Refrescos en Trop Frutas D Brasil Ltda y de Embotelladora Andina S.A. en Andina Inversiones Societarias Spa



**LA ENTIDAD NO POSEE INVERSIONES QUE REPRESENTEN MÁS DEL 20% DEL ACTIVO TOTAL DE LA ENTIDAD Y QUE NO REVISTAN EL CARÁCTER DE SUBSIDIARIAS O ASOCIADAS.**



## EMBOTELLADORA DEL ATLÁNTICO S.A.

**Tipo:**  
Sociedad Anónima

**Dirección:**  
Ruta Nacional 19, Km 3,7, Córdoba

**CUIT:**  
30-52913594/3

**Teléfono:**  
(54-351) 496 8888

**Capital Suscrito y Pagado:**  
(miles de \$CH al 31/12/23)  
3.782.900

**Porcentaje que representa la inversión:**  
(en el activo de la Matriz)  
6,00%

**% de participación de la Matriz:**  
(en el Capital de la subsidiaria o asociada)

- **Directo:** 0,9157296
- **Indirecto:** 99,073

**Objeto Social:**  
Fabricar, embotellar y comercializar bebidas no alcohólicas. Elaborar, fabricar, embotellar y vender cualesquiera otra bebida y derivados.

**Relación Comercial:**  
Embotellador de Coca-Cola en Argentina.

**Directorio / Consejo de Administración:**  
Gonzalo Manuel Soto (3); Fabián Castelli (2); Fernando Ramos (2); Laurence Paul Wiener (S);

**Gerente General:**  
Fabián Castelli (2)

## ANDINA EMPAQUES ARGENTINA S.A.

**Tipo:**  
Sociedad Anónima

**Dirección:**  
Av. Roque Sáenz Peña 637 – Piso 1° - Ciudad Autónoma de Buenos Aires

**CUIT:**  
30-71213488-3

**Teléfono:**  
(54-11) 4715 8000

**Capital Suscrito y Pagado:**  
(miles de \$CH al 31/12/23)  
2.472.553

**Porcentaje que representa la inversión:**  
(en el activo de la Matriz)  
0,57%

**% de participación de la Matriz:**  
(en el Capital de la subsidiaria o asociada)

- **Directo:** -
- **Indirecto:** 99,978

**Objeto Social:**  
Diseñar, fabricar y comercializar productos plásticos, principalmente envases.

**Relación Comercial:**  
Proveedor de botellas plásticas y preformas.

**Directorio / Consejo de Administración:**  
Gonzalo Manuel Soto (3); Fabián Castelli (2); Jaime Cohen (1); Laurence Paul Wiener(S)

**Gerente General:**  
Daniel Caridi

## ALIMENTOS DE SOJA S.A.

**Tipo:**  
Sociedad Anónima

**Dirección:**  
Marcelo T. de Alvear 684, Piso 1°, Ciudad Autónoma de Buenos Aires

**CUIT:**  
33-71523028-9

**Teléfono:**  
(54-11) 5196 8300

**Capital Suscrito y Pagado:**  
(miles de \$CH al 31/12/23)  
1.555.740

**Porcentaje que representa la inversión:**  
(en el activo de la Matriz)  
0,49%

**% de participación de la Matriz:**  
(en el Capital de la subsidiaria o asociada)

- **Directo:** -
- **Indirecto:** 14,82

**Objeto Social:**  
Dedicarse por cuenta propia, de terceros o asociada a terceros, en esta República o en el extranjero, a las siguientes actividades la elaboración, comercialización, importación, exportación, transformación, fraccionamiento, envase, distribución de productos alimenticios para consumo humano y bebidas en general y sus materias primas y sus respectivos productos conexos y subproductos, en sus distintas etapas y procesos.

**Relación Comercial:**  
Produce productos en base a soja para los embotelladores de Coca-Cola en Argentina.

**Directorio / Consejo de Administración:**  
Abelardo Gudino; Denise Picot; Daniel Alejandro Rodriguez; Juan Sebastián Jimenez; Sergio Bernabé Giménez; Jorge Luis López; Fabián Eduardo Castelli (2); Teodoro Federico Kundig; David Lee; Flavio Mattos dos Santos (S); Alexandre Fernandes Delgado(S); Andrés Bartoluchi (S); Maria Fernanda Causarano (S); Ruben Sergio Coronel (S); Fernando Ramos Meneghetti (S) (2); Maria Julia Verra (S) ; Esteban Eduardo Mele (S); Graciela Paula Cuña (S)

**Gerente General:**  
-

(1) Ejecutivo de Embotelladora Andina S.A. / (2) Ejecutivo de Embotelladora del Atlántico S.A. / (3) Abogado externo / (S) Suplente



GRI 2-6

**RIO DE JANEIRO REFRESCOS LTDA.**

**Tipo:**  
Sociedad de Responsabilidad Limitada

**Dirección:**  
Rua André Rocha 2299, Taquara,  
Jacarepaguá, Rio de Janeiro

**CNPJ:**  
00.074.569/0001-00

**Teléfono:**  
(55-21) 2429 1779

**Capital Suscrito y Pagado:**  
*(miles de \$CH al 31/12/23)*  
119.168.159

**Porcentaje que representa la inversión:**  
*(en el activo de la Matriz)*  
14,88%

**% de participación de la Matriz:**  
*(en el Capital de la subsidiaria o asociada)*

- **Directo:** -
- **Indirecto:** 99,99

**Objeto Social:**  
Fabricar y comercializar bebestibles en general, refrescos en polvo y otros productos semielaborados relacionados.

**Relación Comercial:**  
Embotellador de Coca-Cola en Brasil

**Directorio / Consejo de Administración:**  
Renato Barbosa (2); Fernando Fragata (2); Rodrigo Klee (2); David Parkes (2); Marcio Luiz de Oliveira Baully (2); Max Fernandes Ciarlini (2); Isabel Cristina Moreira Goncalves Salvador (2)

**Gerente General:**  
Renato Barbosa (2)

**KAIK PARTICIPAÇÕES LTDA.**

**Tipo:**  
Sociedad de Responsabilidad Limitada

**Dirección:**  
Av. Engenheiro Alberto de Zagottis, 352.  
Jurubatuba, SP - CEP: 04675-901.

**CNPJ:**  
40.441.792/0001-54

**Teléfono:**  
(55-11) 2102 5563

**Capital Suscrito y Pagado:**  
*(miles de \$CH al 31/12/23)*  
181

**Porcentaje que representa la inversión:**  
*(en el activo de la Matriz)*  
0,07%

**% de participación de la Matriz:**  
*(en el Capital de la subsidiaria o asociada)*

- **Directo:** -
- **Indirecto:** 11,32

**Objeto Social:**  
Invertir en otras sociedades con recursos propios.

**Relación Comercial:**  
-

**Directorio / Consejo de Administración:**  
Luiz Eduardo Tarquinio Monteiro da Costa; Carlos Eduardo Correa de Moraes Sarmento; Ricardo Vontobel; Francisco Miguel Alarcón; Renato Barbosa (2)

**Gerente General:**  
-

**LEÃO ALIMENTOS E BEBIDAS LTDA.**

**Tipo:**  
Sociedad de Responsabilidad Limitada

**Dirección:**  
Rua Capitão Antônio Rosa, Nº 409, 4º andar, salas 425-428 e 430-432, Bairro Jardim Paulistano, São Paulo, SP - CEP: 01443-010

**CNPJ:**  
76.490.184/0001-87

**Teléfono:**  
(55-11) 3809 5000

**Capital Suscrito y Pagado:**  
*(miles de \$CH al 31/12/23)*  
197.953.157

**Porcentaje que representa la inversión:**  
*(en el activo de la Matriz)*  
0,46%

**% de participación de la Matriz:**  
*(en el Capital de la subsidiaria o asociada)*

- **Directo:** -
- **Indirecto:** 10,26

**Objeto Social:**  
Fabricar y comercializar alimentos, bebestibles en general y concentrado de bebidas. Invertir en otras sociedades.

**Relación Comercial:**  
Produce productos sensibles para los embotelladores de Coca-Cola en Brasil.

**Directorio / Consejo de Administración:**  
Marcelo Correa Pereira; Bruno Aronne Sekeff; Pedro Rocha Lima Massa; Renato Barbosa (2); Neuri Amabile Frigotto Pereira; Dirk Schneider; Luciana Cruz Alves de Carvalho

**Gerente General:**  
Marcelo Correa Pereira

**SOROCABA REFRESCOS LTDA.**

**Tipo:**  
Sociedad de Responsabilidad Limitada

**Dirección:**  
Rodovia Raposo Tavares, Km 104, Jardim Jaraguá, Sorocaba, SP - CEP: 18052-902

**CNPJ:**  
45.913.696/0001-85

**Teléfono:**  
(55-15) 3229 9909

**Capital Suscrito y Pagado:**  
*(miles de \$CH al 31/12/23)*  
10.603.313

**Porcentaje que representa la inversión:**  
*(en el activo de la Matriz)*  
1,26%

**% de participación de la Matriz:**  
*(en el Capital de la subsidiaria o asociada)*

- **Directo:** -
- **Indirecto:** 40,00

**Objeto Social:**  
Fabricar y comercializar alimentos, bebestibles en general y concentrado de bebidas. Invertir en otras sociedades.

**Relación Comercial:**  
Embotellador de Coca-Cola en Brasil.

**Directorio / Consejo de Administración:**  
Renato Barbosa (2); Cristiano Biagi; Giordano Biagi; Miguel Ángel Peirano (1); Cláudio Sergio Rodrigues; Luiz Lacerda Biagi

**Gerente General:**  
Cristiano Biagi

(1) Ejecutivo de Embotelladora Andina S.A. / (2) Ejecutivo de Rio de Janeiro Refrescos Ltda.

GRI 2-6

**TROP FRUTAS DO BRASIL LTDA.**

**Tipo:**  
Sociedad de Responsabilidad Limitada

**Dirección:**  
Avenida PRF Samuel Batista Cruz, 9853,  
Linhares, ES – CEP: 29.909-900;

**CNPJ:**  
07.757.005/0001-02

**Teléfono:**  
(55-27) 21038300

**Capital Suscrito y Pagado:**  
(miles de \$CH al 31/12/23)  
71.222.565

**Porcentaje que representa la inversión:**  
(en el activo de la Matriz)  
0,04%

**% de participación de la Matriz:**  
(en el Capital de la subsidiaria o asociada)

- **Directo:** -
- **Indirecto:** 6,10

**Objeto Social:**  
Fabricar, comercializar y exportar  
pulpa de fruta natural y agua de coco y  
fabricación de lácteos.

**Relación Comercial:**  
Producir productos para los  
embotelladores de Coca-Cola en Brasil.

**Directorio / Consejo de Administración:**  
Luiz Henrique Lissoni ; Bruno Aronne  
Sekeff ; Pedro Rocha Lima Massa ;  
Neuri Amabile Frigotto Pereira ; Renato  
Barbosa (2); André Leonardo Alves  
Seabra Salles; Luciana Cruz Alves de  
Carvalho

**Gerente General:**  
Luiz Henrique Lissoni

**SRSA PARTICIPAÇÕES LTDA.**

**Tipo:**  
Sociedad de Responsabilidad Limitada

**Dirección:**  
Rua Antonio Aparecido Ferraz, 795, Sala  
01, Jardim Itanguá, Sorocaba, SP – CEP:  
18052-280

**CNPJ:**  
10.359.485/0001-68

**Teléfono:**  
(55-15) 3229 9906

**Capital Suscrito y Pagado:**  
(miles de \$CH al 31/12/23)  
3.623

**Porcentaje que representa la inversión:**  
(en el activo de la Matriz)  
0,003%

**% de participación de la Matriz:**  
(en el Capital de la subsidiaria o asociada)

- **Directo:** -
- **Indirecto:** 40,00

**Objeto Social:**  
Compra y venta de inversiones  
inmobiliarias y de gestión de la  
propiedad.

**Relación Comercial:**  
Sociedad de apoyo al giro.

**Directorio / Consejo de Administración:**  
Renato Barbosa (2); Luiz Lacerda Biagi

**Gerente General:**  
Cristiano Biagi

**UBI 3 PARTICIPAÇÕES LTDA.**

**Tipo:**  
Sociedad de Responsabilidad Limitada

**Dirección:**  
Rua Teonilio Niquini, N° 30, Galpão B,  
Distrito Industrial Jardim Piemont Sul,  
Betim, MG – CEP: 32669-700

**CNPJ:**  
27.158.888/0001-41

**Teléfono:**  
(55-21) 25591000

**Capital Suscrito y Pagado:**  
(miles de \$CH al 31/12/23)  
1.890

**Porcentaje que representa la inversión:**  
(en el activo de la Matriz)  
0,00001%

**% de participación de la Matriz:**  
(en el Capital de la subsidiaria o asociada)

- **Directo:** -
- **Indirecto:** 8,5

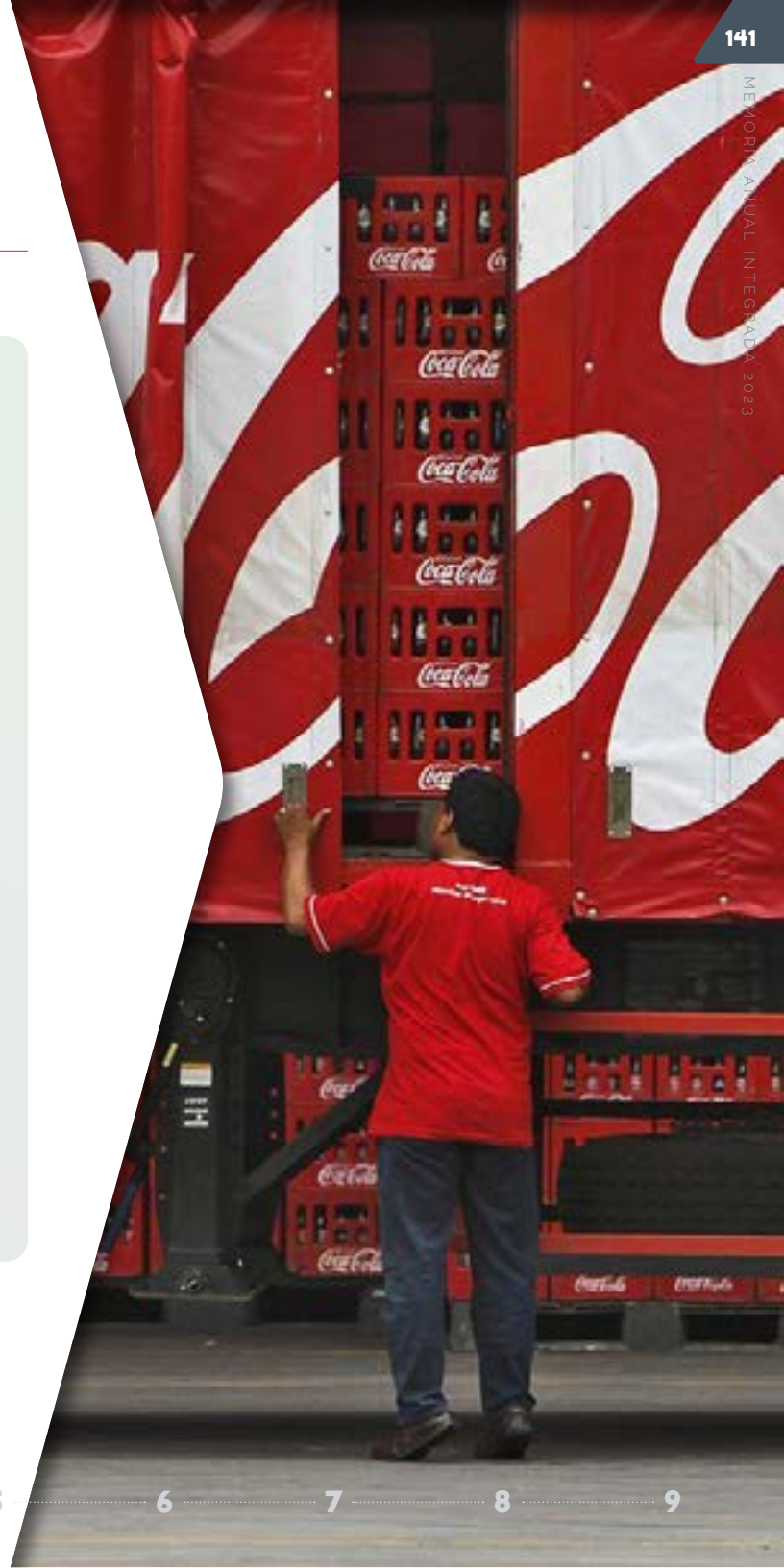
**Objeto Social:**  
Invertir en otras sociedades con  
recursos propios. Compra y venta de  
inversiones inmobiliarias y de gestión  
de la propiedad.

**Relación Comercial:**  
Produce productos en base a soja para  
los embotelladores de Coca-Cola en  
Brasil.

**Directorio / Consejo de Administración:**  
Luciana Cruz Alves de Carvalho; Neuri  
Amabile Frigotto Pereira; Lia Marques  
Oliveira

**Gerente General:**  
-

(1) Ejecutivo de Embotelladora Andina S.A. / (2) Ejecutivo de Rio de Janeiro Refrescos Ltda.



GRI 2-6



### EMBOTELLADORA ANDINA CHILE S.A.

**Tipo:**  
Sociedad Anónima Cerrada

**Dirección:**  
Av. Miraflores 9153. Renca, Santiago

**RUT:**  
76.070.406-7

**Teléfono:**  
(56-2) 2611 5838

**Capital Suscrito y Pagado:**  
*(miles de \$CH al 31/12/23)*  
27.278.206

**Porcentaje que representa la inversión:**  
*(en el activo de la Matriz)*  
2,13%

**% de participación de la Matriz:**  
*(en el Capital de la subsidiaria o asociada)*

- **Directo:** 99,99995
- **Indirecto:** 0,00005

**Objeto Social:**  
Fabricar, embotellar, distribuir y comercializar bebidas no alcohólicas.

**Relación Comercial:**  
Arriendo de infraestructura productiva.

**Directorio / Consejo de Administración:**  
Miguel Ángel Peirano (2); Andrés Wainer (2); Jaime Cohen (2)

**Gerente General:**  
José Luis Solórzano (2)

### VJ S.A.

**Tipo:**  
Sociedad Anónima Cerrada

**Dirección:**  
Av. Américo Vespucio 1651, Renca, Santiago

**RUT:**  
93.899.000-K

**Teléfono:**  
(56-5) 7258 4112

**Capital Suscrito y Pagado:**  
*(miles de \$CH al 31/12/23)*  
20.675.167

**Porcentaje que representa la inversión:**  
*(en el activo de la Matriz)*  
1,18%

**% de participación de la Matriz:**  
*(en el Capital de la subsidiaria o asociada)*

- **Directo:** 15,0
- **Indirecto:** 50,0

**Objeto Social:**  
Fabricar, distribuir y comercializar todo tipo de productos alimenticios, jugos y bebestibles.

**Relación Comercial:**  
Produce jugos para los embotelladores de Coca-Cola en Chile.

**Directorio / Consejo de Administración:**  
José Luis Solórzano (2); Alejandro Zalaquett (2); Cristián Hohlberg; Andrés Wainer (2); Jaime Cohen (2) (S); Fernando Jaña (2) (S); Rodrigo Ormaechea (2) (S); José Domingo Jaramillo (S)

**Gerente General:**  
Alberto Moreno

### VITAL AGUAS S.A.

**Tipo:**  
Sociedad Anónima Cerrada

**Dirección:**  
Camino a la Vital 1001, Comuna de Rengo

**RUT:**  
76.389.720-6

**Teléfono:**  
(56-5) 7258 4112

**Capital Suscrito y Pagado:**  
*(miles de \$CH al 31/12/23)*  
4.331.154

**Porcentaje que representa la inversión:**  
*(en el activo de la Matriz)*  
0,31%

**% de participación de la Matriz:**  
*(en el Capital de la subsidiaria o asociada)*

- **Directo:** 66,5
- **Indirecto:** -

**Objeto Social:**  
Fabricar, distribuir y comercializar toda clase de aguas y bebestibles en general.

**Relación Comercial:**  
Produce agua mineral para los embotelladores de Coca-Cola en Chile.

**Directorio / Consejo de Administración:**  
José Luis Solórzano (2); Alejandro Zalaquett (2); Andrés Wainer (2); José Domingo Jaramillo; Rodrigo Ormaechea (2) (S); Jaime Cohen (2) (S); Fernando Jaña (2) (S); Juan Paulo Valdés (S)

**Gerente General:**  
Alberto Moreno

### COCA-COLA DEL VALLE NEW VENTURES S.A.

**Tipo:**  
Sociedad Anónima Cerrada

**Dirección:**  
Av. Miraflores 8755, Renca, Santiago

**RUT:**  
76.572.588-7

**Teléfono:**  
N/A

**Capital Suscrito y Pagado:**  
*(miles de \$CH al 31/12/23)*  
84.442.238

**Porcentaje que representa la inversión:**  
*(en el activo de la Matriz)*  
1,25%

**% de participación de la Matriz:**  
*(en el Capital de la subsidiaria o asociada)*

- **Directo:** 35,0
- **Indirecto:** -

**Objeto Social:**  
Fabricar, distribuir y comercializar toda clase de jugos, aguas y bebestibles en general.

**Relación Comercial:**  
Producir agua y jugos para los embotelladores de Coca-Cola en Chile

**Directorio / Consejo de Administración:**  
Miguel Ángel Peirano (2); José Luis Solórzano (2); Rodrigo Ormaechea (2); Cristián Hohlberg; José Domingo Jaramillo; Roberta Cabral Valenca; Iliana Rezas; Luis Felipe Avellar; Santiago Avellar; Débora Mattos; Fernando Jaña (2) (S); Alejandro Zalaquett (2) (S); Rodolfo Peña (2) (S); Juan Paulo Valdés (S); Anton Szafronov (S); Natalia Otero (S); Alfredo Mahan Tumani (S); Flavio Mattos Dos Santos (S); Jonathan Lamac (S); María Paz Luna (S)

**Gerente General:**  
Alejandro Palma

(1) Director y miembro del Grupo Controlador de Embotelladora Andina S.A. / (2) Ejecutivo de Embotelladora Andina S.A. / (5) Suplente

GRI 2-6



### TRANSPORTES ANDINA REFRESCOS LTDA.\*

**Tipo:**  
Sociedad de Responsabilidad Limitada\*

**Dirección:**  
Av. Miraflores 9153, piso 4, Renca,  
Santiago

**RUT:**  
78.861.790-9

**Teléfono:**  
(56-2) 2611 5838

**Capital Suscrito y Pagado:**  
(miles de \$CH al 31/12/23)  
12.620.629

**Porcentaje que representa la inversión:**  
(en el activo de la Matriz)  
0,58%

**% de participación de la Matriz:**  
(en el Capital de la subsidiaria o asociada)

- Directo: 99,9959
- Indirecto: 0,0041

**Objeto Social:**  
Prestar servicios de administración y  
manejo de transporte terrestre nacional  
e internacional.

**Relación Comercial:**  
Presta servicios de transporte terrestre.

**Directorio / Consejo de Administración:**  
No Aplica

**Gerente General:**  
-

### TRANSPORTES POLAR S.A.

**Tipo:**  
Sociedad Anónima Cerrada

**Dirección:**  
Av. Miraflores 9153, piso 4, Renca,  
Santiago

**RUT:**  
96.928.520-7

**Teléfono:**  
(56-2) 2611 5838

**Capital Suscrito y Pagado:**  
(miles de \$CH al 31/12/23)  
1.619.315

**Porcentaje que representa la inversión:**  
(en el activo de la Matriz)  
0,28%

**% de participación de la Matriz:**  
(en el Capital de la subsidiaria o asociada)

- Directo: 99,99
- Indirecto: 0,01

**Objeto Social:**  
Transporte de carga en general en el  
rubro de bebidas y demás mercaderías  
elaboradas.

**Relación Comercial:**  
Presta servicios de transporte terrestre.

**Directorio / Consejo de Administración:**  
José Luis Solórzano (2); Rodolfo Peña  
(2); Alejandro Zalaquett (2)

**Gerente General:**  
Alejandro Vargas (2)

### SERVICIOS MULTIVENDING LTDA.\*

**Tipo:**  
Sociedad de Responsabilidad Limitada\*

**Dirección:**  
Av. Miraflores 9153, piso 4, Renca,  
Santiago

**RUT:**  
78.536.950-5

**Teléfono:**  
(56-2) 2611 5838

**Capital Suscrito y Pagado:**  
(miles de \$CH al 31/12/23)  
862.248

**Porcentaje que representa la inversión:**  
(en el activo de la Matriz)  
0,07%

**% de participación de la Matriz:**  
(en el Capital de la subsidiaria o asociada)

- Directo: 99,90
- Indirecto: 0,10

**Objeto Social:**  
Comercializar productos por medio de  
utilización de equipos y maquinarias.

**Relación Comercial:**  
Presta servicios de comercialización  
de productos a través de máquinas  
expendedoras.

**Directorio / Consejo de Administración:**  
No Aplica

**Gerente General:**  
-

### ENVASES CMF S.A.

**Tipo:**  
Sociedad Anónima Cerrada

**Dirección:**  
La Martina 0390, Pudahuel, Santiago

**RUT:**  
86.881.400-4

**Teléfono:**  
(56-2) 2544 8222

**Capital Suscrito y Pagado:**  
(miles de \$CH al 31/12/23)  
32.981.986

**Porcentaje que representa la inversión:**  
(en el activo de la Matriz)  
0,91%

**% de participación de la Matriz:**  
(en el Capital de la subsidiaria o asociada)

- Directo: -
- Indirecto: 50,0

**Objeto Social:**  
Fabricación y venta, de productos  
de material plástico y servicios de  
embotellamiento y envase de bebidas.

**Relación Comercial:**  
Proveedor de botellas plásticas,  
preformas y tapas.

**Directorio / Consejo de Administración:**  
Andrés Vicuña; Cristián Hohlberg;  
Juan Paulo Valdés; Andrés Wainer (2);  
Fernando Jaña (2); Miguel Ángel Peirano  
(2)

**Gerente General:**  
Matías Mackenna

\*Sociedad de Responsabilidad Limitada donde la administración de la sociedad corresponde al socio Embotelladora Andina S.A. a través de apoderados o representantes especialmente designados.

(1) Director y miembro del Grupo Controlador de Embotelladora Andina S.A. / (2) Ejecutivo de Embotelladora Andina S.A. / (5) Suplente



GRI 2-6

**ENVASES CENTRAL S.A.**

**Tipo:**  
Sociedad Anónima Cerrada

**Dirección:**  
Av. Miraflores 8755, Renca, Santiago

**RUT:**  
96.705.990-0

**Teléfono:**  
(56-5) 7258 4112

**Capital Suscrito y Pagado:**  
*(miles de \$CH al 31/12/23)*  
7.562.354

**Porcentaje que representa la inversión:**  
*(en el activo de la Matriz)*  
0,80%

**% de participación de la Matriz:**  
*(en el Capital de la subsidiaria o asociada)*

- **Directo:** 59,27
- **Indirecto:** -

**Objeto Social:**  
Producir y envasar toda clase de bebidas y comercializar todo tipo de envases.

**Relación Comercial:**  
Produce latas y algunos formatos pequeños para los embotelladores de Coca-Cola en Chile.

**Directorio / Consejo de Administración:**  
José Luis Solórzano (2); Alejandro Zalaquett (2); Andrés Wainer (2); José Domingo Jaramillo; Cristián Hohlberg; Débora Mattos; Rodrigo Ormaechea (2) (S); Jaime Cohen (2) (S); Fernando Jaña (2) (S); Juan Paulo Valdés (S); Anton Szafronov (S); Felipe Daniel (S)

**Gerente General:**  
Alberto Moreno

**ANDINA BOTTLING INVESTMENTS S.A.**

**Tipo:**  
Sociedad Anónima Cerrada

**Dirección:**  
Av. Miraflores 9153, piso 7, Renca, Santiago

**RUT:**  
96.842.970-1

**Teléfono:**  
(56-2) 2338 0520

**Capital Suscrito y Pagado:**  
*(miles de \$CH al 31/12/23)*  
311.727.582

**Porcentaje que representa la inversión:**  
*(en el activo de la Matriz)*  
25,60%

**% de participación de la Matriz:**  
*(en el Capital de la subsidiaria o asociada)*

- **Directo:** 99,937
- **Indirecto:** 0,063

**Objeto Social:**  
Fabricar, embotellar y comercializar bebidas y alimentos en general. Invertir en otras sociedades.

**Relación Comercial:**  
Vehículo de inversión.

**Directorio / Consejo de Administración:**  
Miguel Ángel Peirano (2); Andrés Wainer (2); Jaime Cohen (2); Martín Idígoras (2) (S); Fernando Jaña (2) (S); Gonzalo Muñoz (2) (S)

**Gerente General:**  
Miguel Ángel Peirano (2)

**ANDINA BOTTLING INVESTMENTS DOS S.A.**

**Tipo:**  
Sociedad Anónima Cerrada

**Dirección:**  
Av. Miraflores 9153, piso 7, Renca, Santiago

**RUT:**  
96.972.760-9

**Teléfono:**  
(56-2) 2338 0520

**Capital Suscrito y Pagado:**  
*(miles de \$CH al 31/12/23)*  
466.474.897

**Porcentaje que representa la inversión:**  
*(en el activo de la Matriz)*  
18,46%

**% de participación de la Matriz:**  
*(en el Capital de la subsidiaria o asociada)*

- **Directo:** 64,423
- **Indirecto:** 35,577

**Objeto Social:**  
Efectuar exclusivamente en el extranjero inversiones permanentes o de renta en toda clase de bienes muebles.

**Relación Comercial:**  
Vehículo de inversión.

**Directorio / Consejo de Administración:**  
Miguel Ángel Peirano (2); Andrés Wainer (2); Jaime Cohen (2); Martín Idígoras (2) (S); Fernando Jaña (2) (S); Gonzalo Muñoz (2) (S)

**Gerente General:**  
Miguel Ángel Peirano (2)

**ANDINA INVERSIONES SOCIETARIAS SpA**

**Tipo:**  
Sociedad por Acciones

**Dirección:**  
Av. Miraflores 9153, piso 7, Renca, Santiago

**RUT:**  
96.836.750-1

**Teléfono:**  
(56-2) 2338 0520

**Capital Suscrito y Pagado:**  
*(miles de \$CH al 31/12/23)*  
30.082.325

**Porcentaje que representa la inversión:**  
*(en el activo de la Matriz)*  
1,57%

**% de participación de la Matriz:**  
*(en el Capital de la subsidiaria o asociada)*

- **Directo:** 100
- **Indirecto:** -

**Objeto Social:**  
Invertir en todo tipo de sociedades y comercializar alimentos en general.

**Relación Comercial:**  
Vehículo de inversión.

**Directorio / Consejo de Administración:**  
Miguel Ángel Peirano (2); Andrés Wainer (2); Jaime Cohen (2); Martín Idígoras (2) (S); Fernando Jaña (2) (S); Gonzalo Muñoz (2) (S)

**Gerente General:**  
Miguel Ángel Peirano (2)

(1) Director y miembro del Grupo Controlador de Embotelladora Andina S.A. / (2) Ejecutivo de Embotelladora Andina S.A. / (5) Suplente

GRI 2-6



### RED DE TRANSPORTES COMERCIALES LTDA.\*

**Tipo:**  
Sociedad de Responsabilidad Limitada\*

**Dirección:**  
Av. Del Valle Sur 614 of. 71, Huechuraba,  
Santiago

**RUT:**  
76.276.604-3

**Teléfono:**  
(56-2) 29939704

**Capital Suscrito y Pagado:**  
(miles de \$CH al 31/12/23)  
2.200.314

**Porcentaje que representa la inversión:**  
(en el activo de la Matriz)  
0,12%

**% de participación de la Matriz:**  
(en el Capital de la subsidiaria o asociada)

- Directo: 99,85
- Indirecto: 0,15

**Objeto Social:**  
Transporte de carga en general en el  
rubro de bebidas y demás mercaderías  
elaboradas.

**Relación Comercial:**  
Presta servicios de transporte terrestre  
y de comercialización de productos.

**Directorio / Consejo de Administración:**  
No Aplica

**Gerente General:**  
-

### COMERCIALIZADORA NOVAVERDE S.A.

**Tipo:**  
Sociedad Anónima Cerrada

**Dirección:**  
Avenida Apoquindo 6750, piso 5, oficina  
502, Las Condes

**RUT:**  
77.526.480-2

**Teléfono:**  
(56-2) 24110150

**Capital Suscrito y Pagado:**  
(miles de \$CH al 31/12/23)  
14.856.772

**Porcentaje que representa la inversión:**  
(en el activo de la Matriz)  
0,18%

**% de participación de la Matriz:**  
(en el Capital de la subsidiaria o asociada)

- Directo: 0,00007
- Indirecto: 99,99

**Objeto Social:**  
Sociedad dedicada al procesamiento  
y comercialización de frutas, helados,  
hortalizas y alimentos en general, bajo  
la marca Guallarauco.

**Relación Comercial:**  
Venta de jugos, aguas saborizadas,  
entre otros, a los embotelladores de  
Coca-Cola en Chile

**Directorio / Consejo de Administración:**  
José Luis Solórzano (2); Rodrigo  
Ormaechea (2); José Domingo Jaramillo;  
Roberta Cabral Valenca; Marcela  
Menutti; Débora Mattos; Fernando Jaña  
(2) (S); Alejandro Zalaquett (2) (S); Juan  
Paulo Valdés (S); Natalia Otero (S); Flavio  
Mattos (S); Alfredo Mahana Tumani (S)

**Gerente General:**  
Alejandro Palma

### RE-CICLAR S.A.

**Tipo:**  
Sociedad Anónima Cerrada

**Dirección:**  
La Martina 390, Pudahuel, Santiago

**RUT:**  
77.427.659-9

**Teléfono:**  
(56-2) 2544 8222

**Capital Suscrito y Pagado:**  
(miles de \$CH al 31/12/23)  
21.000.000

**Porcentaje que representa la inversión:**  
(en el activo de la Matriz)  
0,96%

**% de participación de la Matriz:**  
(en el Capital de la subsidiaria o asociada)

- Directo: 60,0
- Indirecto: -

**Objeto Social:**  
Producción, procesamiento y  
comercialización de material reciclable.

**Relación Comercial:**  
Procesamiento y generación de resina  
PET reciclada para los embotelladores  
de Coca-Cola en Chile, entre otros.

**Directorio / Consejo de Administración:**  
José Domingo Jaramillo; Cristián  
Hohlberg; Miguel Ángel Peirano (2);  
Andrés Wainer (2); Fernando Jaña (2)

**Gerente General:**  
Matías Mackenna

\*Sociedad de Responsabilidad Limitada donde la administración de la sociedad corresponde al socio Embotelladora Andina S.A. a través de apoderados o representantes especialmente designados.  
(1) Director y miembro del Grupo Controlador de Embotelladora Andina S.A. / (2) Ejecutivo de Embotelladora Andina S.A. / (5) Suplente





GRI 2-6

**PARAGUAY REFRESCOS S.A.**

**Tipo:**  
Sociedad Anónima

**Dirección:**  
Acceso Sur, Ruta Ñemby Km 3,5 -  
Barcequillo -San Lorenzo, Asunción

**RUC:**  
80.003.400-7

**Teléfono:**  
(595) 21 959 1000

**Capital Suscrito y Pagado:**  
*(miles de \$CH al 31/12/23)*  
9.904.604

**Porcentaje que representa la inversión:**  
*(en el activo de la Matriz)*  
12,87%

**% de participación de la Matriz:**  
*(en el Capital de la subsidiaria o asociada)*

- **Directo:** 0,07697
- **Indirecto:** 97,7533

**Objeto Social:**  
Elaborar, distribuir y comercializar  
bebidas no alcohólicas carbonatadas y  
no carbonatadas.

**Relación Comercial:**  
Embotellador de Coca-Cola en  
Paraguay.

**Directorio / Consejo de Administración:**  
Andrés Wainer (1); Francisco Sanfurgo  
(2); Jaime Cohen (1); Gonzalo Muñoz (1)

**Gerente General:**  
Francisco Sanfurgo (2)

**CIRCULAR-PET S.A.**

**Tipo:**  
Sociedad Anónima

**Dirección:**  
Avenida, Ruta Transchaco KM 15, casi  
Senador Vázquez

**RUC:**  
80.116.031-6

**Teléfono:**  
(595) 21 752 820

**Capital Suscrito y Pagado:**  
*(miles de \$CH al 31/12/23)*  
5.061.441

**Porcentaje que representa la inversión:**  
*(en el activo de la Matriz)*  
0,05%

**% de participación de la Matriz:**  
*(en el Capital de la subsidiaria o asociada)*

- **Directo:** -
- **Indirecto:** 33,33

**Objeto Social:**  
Fabricación y comercialización de  
resinas de PET post-consumo reciclado,  
proveniente de la transformación de  
hojuelas de PET.

**Relación Comercial:**  
Produce resinas de PET post consumo  
que utilizará la embotelladora.

**Directorio / Consejo de Administración:**  
Felipe Carlos Resck; Francisco Sanfurgo  
(2); Carlos José Mangabeira; Carlos  
Hernán Rodiño (S); Eduardo Yulita (2) (S);  
Juan Daniel Gill (S)

**Gerente General:**  
Silvino Sforza

(1) Ejecutivo de Embotelladora Andina S.A. / (2) Ejecutivo de Paraguay Refrescos S.A. / (S) Suplente

## MÁS INFORMACIÓN DE NUESTRAS FILIALES

GRI 2-6 | CMF 6.2.1

1

### ANDINA EMPAQUES ARGENTINA S.A.

Andina Empaques Argentina S.A. (en adelante "AEA") es una sociedad que se constituye en 2011, a partir de la división de Embotelladora del Atlántico S.A., cuyo objeto es el diseño, fabricación y comercialización de productos plásticos, principalmente envases. En el desarrollo de su actividad en la división empaques, y alineados con la estrategia de ser el proveedor de envases del grupo de empresas de Coca-Cola Andina, en el transcurso del año 2023 AEA abasteció la necesidad de preformas no retornables, tapas plásticas y botellas PET retornables de Coca-Cola Andina Argentina.

#### Producción y ventas por formato

AEA opera una planta para la producción de preformas, botellas PET retornables, cajones y tapas plásticas ubicada en el Partido de Tigre, Provincia de Buenos Aires, Argentina. La planta cuenta con trece líneas de inyección de preformas, dos líneas de soplado, una línea de cajones y tres líneas inyectoras de tapas.

Las líneas de producción operaron a un 83,7% de la capacidad instalada en inyección, en un 31,4% en soplado, en un 78,3% en cajones y en 36,4% en tapas plásticas.

Las ventas por formato durante 2023 fueron de 21,23 millones de botellas Ref PET y 813 millones de preformas para botellas no retornables, 0,6 millones de cajones y 435,7 millones de tapas plásticas.

#### Principales clientes

- ▶ Embotelladora del Atlántico S.A., Coca-Cola Femsa S.A., Paraguay Refrescos S.A., Reginald Lee S.A., Grupo Arca, Embotelladora Andina Chile S.A., Montevideo Refrescos S.A., Envases CMF S.A., Embol S.A.
- ▶ Embotelladora del Atlántico S.A., Reginald Lee S.A., y Grupo Arca concentran cada uno por sí solo al menos el 10% del total de ventas efectuadas.

#### Principales proveedores

- ◀ **Resina:** DAK Américas Argentina S.A., Petroquímica Cuyo S.A., PBB Polisar S.A., Dow Chemical, GC Marketing Solution CL, Borealis AG.
- ◀ **Colorante:** Arcolor, Clariant, Concentrados y Compuestos S.A., Julio García S.A.
- ◀ **Embalaje:** Argencraf S.A., Nem S.A., Afema S.A., Fadecco-Cartocor S.A.
- ◀ **Energía Eléctrica:** Edenor S.A., Cammesa, Termoandes S.A.

2

### VJ S.A.

A través de un acuerdo con The Minute Maid Co. y Coca-Cola de Chile S.A., VJ S.A. produce principalmente néctares, jugos de frutas, bebidas de fantasía e isotónicas bajo las marcas Andina del Valle (jugos y néctares de fruta), Kapo (bebida de fantasía), Powerade (bebida isotónica) y Glaceau Vitamin Water (agua saborizada con adición de vitaminas y minerales), además de productos Guallaraucó (jugos y néctares). Las marcas de jugos Andina del Valle se comercializan en envases Tetra Pak y botellas de vidrio retornables y no retornables. Kapo se vende en sachettes, Glaceau Vitamin Water en envases PET no retornables, Powerade en envases PET no retornables y Guallaraucó en envases Tetra Pak y envases PET no retornables.

En enero de 2011 se procedió a reestructurar el negocio de producción de jugos, permitiendo la incorporación de los otros embotelladores de Coca-Cola en Chile a la propiedad de VJ S.A. Producto de la fusión materializada el 1 de octubre de 2012 por Embotelladoras Coca-Cola Polar S.A. y Embotelladora Andina S.A., fue modificada la estructura propietaria de VJ S.A. a contar de noviembre de 2012, quedando de la siguiente forma: Andina Inversiones Societarias SpA. es dueña del 50%, Embonor S.A. del 35% y Embotelladora Andina S.A. del 15%.

#### Producción y distribución

VJ S.A. opera una planta de producción ubicada en Renca (Santiago), en donde posee 12 líneas para la elaboración de Andina del Valle, Powerade, Glaceau Vitamin Water, KAPO, Guallaraucó y Fastlyte. La capacidad utilizada promedio durante 2023, fue de un 60%.

En Chile, los productos de VJ S.A. se distribuyen exclusivamente por las embotelladoras de Coca-Cola en el país, en cada una de sus respectivas franquicias.

#### Principales proveedores

- ◀ **Concentrado:** Coca-Cola de Chile S.A., Sapore S.A.
- ◀ **Endulzante:** Embotelladora Andina S.A.
- ◀ **Pulpas de Frutas:** Comercializadora Tradecos Chile Ltda., Sucocitrico Cutrale Ltda. - Brasil, Aconcagua Foods S.A.
- ◀ **Envases y Botellas:** Tetra Pak de Chile Ltda., Envases CMF S.A., Alusa Chile S.A.
- ◀ **Tapas:** Sinea S.A., Alucaps Mexica de Occidente S.A. de C.V., Importadora y Exportadora de embalajes SPA
- ◀ **Material de Empaque:** Plásticos Arpoli Ltda., Corrupac S.A., Tetra Pak de Chile Ltda.
- ◀ **Etiquetas:** Xu Yuan Packaging Technology Co., Resinplast S.A., Impregraf Ltda.

Coca-Cola de Chile S.A. y Comercializadora Tradecos Chile Ltda. concentran por sí solos al menos el 10% del total de compras efectuadas de materias primas.



3

GRI 2-6

## VITAL AGUAS S.A.

Por un acuerdo con The Coca-Cola Company, Vital Aguas S.A. prepara y envasa las marcas Vital (agua mineral) y Glaceau SmartWater (agua purificada) en versiones con gas y sin gas. La marca Agua Mineral Vital se comercializa en envases de vidrio no retornable y PET no retornable y la marca Glaceau SmartWater en envases PET no retornable. Producto de la fusión materializada el 1 de octubre de 2012 por Embotelladoras Coca-Cola Polar S.A. y Embotelladora Andina S.A., fue modificada la estructura propietaria de Vital Aguas a contar de noviembre de 2012, quedando de la siguiente forma: Embotelladora Andina S.A. es dueña del 66,5% y Embonor S.A. del 33,5%.

### Producción y distribución

Vital Aguas opera dos líneas para la producción de agua mineral y agua purificada en la planta de Chanqueahue, ubicada en la comuna de Rengo en Chile. En Chile, los productos de Vital Aguas se distribuyen exclusivamente por las embotelladoras de Coca-Cola en cada una de sus respectivas franquicias.

### Principales clientes

Embotelladora Andina S.A. y Coca-Cola Embonor S.A. concentran cada uno por sí solo al menos el 10% del total de ventas efectuadas.

### Principales proveedores

- ◀ **Gas Carbónico:** Linde Gas Chile S.A.
- ◀ **Etiquetas:** Resinplast S.A., Adhesol Ltda., Empack Flexible S.A.
- ◀ **Material de Empaque:** Corrupac S.A., Smurfit Kappa de Chile S.A., Plastyverg Industrial Ltda.
- ◀ **Tapas:** Envases CMF S.A., Guala Closures Deutschland GmbH.
- ◀ **Envases (preformas):** Envases CMF S.A., Cristalerías de Chile S.A.

Envases CMF S.A. concentra por sí solo al menos el 10% del total de compras efectuadas de materias primas.

4

## ENVASES CENTRAL S.A.

Se dedica principalmente a la producción de bebidas gaseosas (Coca-Cola, Fanta y Sprite, entre otras), aguas saborizadas Aquarius, néctares Andina del Valle y bebida energética Monster. El envasado de estos productos es en latas de 350ml, 220ml en gaseosas, y 473ml en bebidas energéticas, en botellas plásticas PET de 250ml, 500ml y 1,5lt en gaseosas y aguas saborizadas, y en botellas plásticas PET de 300ml, 1,5lt, 1,75lt y 2lt en néctares Andina del Valle. La propiedad de Envases Central S.A. está integrada por los embotelladores de productos Coca-Cola en Chile junto a Coca-Cola de Chile. Andina es dueña del 59,27%, Embonor del 34,31% y Coca-Cola de Chile del 6,42%.

### Producción y distribución

Envases Central opera una planta de producción en Santiago. En Chile, los productos de Envases Central se distribuyen exclusivamente por las embotelladoras de Coca-Cola en el país en cada una de sus respectivas franquicias.

### Principales clientes

Embotelladora Andina S.A. y Coca-Cola Embonor S.A. concentran cada uno por sí solo al menos el 10% del total de ventas efectuadas.

### Principales proveedores

- ◀ **Concentrado:** Coca-Cola de Chile S.A.
- ◀ **Latas y Tapas de Aluminio:** Ball Chile S.A.
- ◀ **Pulpas de Frutas:** VJ S.A.
- ◀ **Endulzante:** Embotelladora Andina S.A.
- ◀ **Botellas y Tapas Plásticas:** Envases CMF S.A., Bericap S.A.
- ◀ **Etiquetas:** Adhesol Ltda., Multi-Color Chile S.A., Industrial y Comercial Solucorp.
- ◀ **Material de Empaque:** Plásticos Arpoli Ltda., Corrupac S.A., Plastyverg Industrial Ltda.

Coca-Cola de Chile S.A., Ball Chile S.A. y VJ S.A. concentran cada uno por sí solo al menos el 10% del total de compras efectuadas de materias primas.

5

## ENVASES CMF S.A.

Se dedica principalmente a la producción de botellas retornables y no retornables, preformas en formatos retornables y no retornables y tapas. Desde 2012, Envases CMF es propiedad de Andina Inversiones Societarias S.A. (50%) y de Embonor Empaques S.A. (50%).

### Producción y ventas por formato

Envases CMF opera una planta en Santiago, para la producción de botellas, preformas, tapas, cajas y otros envases plásticos. La planta cuenta con 17 líneas de inyección de preformas, 11 líneas de soplado, 18 líneas de inyección convencional, 10 líneas de inyectado-soplado, 7 líneas de extrusión soplado, 3 líneas de cajas y 3 líneas de tapas.

Las ventas por formato durante 2023 fueron de 84,7 millones de botellas PET no retornables, 19,5 millones de botellas PET retornables, 921,2 millones de preformas para botellas no retornables y 1.101,1 millones de productos en inyección convencional.

### Principales clientes

- ▶ Embotelladora Andina S.A., Coca-Cola Embonor S.A., VJ S.A., Vital Aguas S.A., Envases Central S.A., Nestlé Chile S.A., Unilever Chile S.A.
- ▶ Embotelladora Andina S.A., y Coca-Cola Embonor S.A. concentran, por sí solos, al menos el 10% del total de ventas efectuadas.

### Principales proveedores

- ◀ **Resin:** China Resources Corporation, Far Eastern New Century, Sanfame Group, Alpek Polyester, Muelhstein, Formosa Plastics.
- ◀ **Embalajes:** Dyntec Chile Ltda., Cartocor.
- ◀ **Energía:** Enel Generación S.A.

China Resources Corporation y Sanfame Group concentran por sí solo al menos el 10% del total de compras efectuadas de materias primas.

# PROPIEDADES E INSTALACIONES

CMF 6.4.I, 6.4.III



Embotelladora  
del Atlántico S.A.

UBICACIÓN	USO PRINCIPAL	MTS 2	TIPO	OPERACIÓN
Azul	Centro de Distribución / Bodegas	600	Tercero	Andina ejecutada por Tercero
Bahía Blanca	Oficinas / Producción de Gaseosas / Centro de Distribución / Bodegas	102.708	Propia	Andina
Bahía Blanca	Oficina Comercial	903	Arrendada	Andina
Bahía Blanca	Terreno (Estacionamiento)	73.150	Propia	Andina
Bahía Blanca	Bodegas (Palletizadora M&F - deposito EDF)	1.400	Arrendada	Tercero
Bariloche	Oficinas / Centro de Distribución / Bodegas	2.495	Arrendada	Andina
Bialet Masse (Córdoba)	Terreno	880	Propia	Sin uso
Bragado	Oficina Comercial	38	Arrendada	Andina
Carlos Paz (Córdoba)	Oficina Comercial	270	Arrendada	Andina
Carmen de Patagones	Oficina Comercial / Bodegas/ Crossdocking	1.600	Arrendada	Andina
Chacabuco	Oficinas / Centro de Distribución / Bodegas	25.798	Propia	Andina
Chivilcoy	Centro de Distribución / Bodegas	1.350	Tercero	Andina ejecutada por Tercero
Chivilcoy	Oficina Comercial	72	Arrendada	Andina
Comodoro Rivadavia	Oficinas / Centro de Distribución / Bodegas	7.500	Arrendada	Andina
Concepcion del Uruguay	Oficina Comercial	118	Arrendada	Andina
Concordia	Oficina Comercial / Centro de Distribución Tercerizado / Bodegas	1.214	Arrendada	Andina ejecutada por Tercero
Córdoba	Oficinas / Producción de Gaseosas y Bebidas no Carbonatadas / Centro de Distribución / Bodegas / Terreno	959.585	Propia	Andina
Córdoba (San Isidro)	Depósito y oficinas - Taller reparacion Equipos de Frio	8.808	Propia	Andina
Córdoba	Depósito (Rigar)	6.270	Arrendada	Andina ejecutada por Tercero
Córdoba	Depósito Marketing y Frio (Ricardo Balbín)	2.500	Arrendada	Andina
Córdoba	Depósito Galot y Lessen - Materia Prima - Producto terminado	2.800	Arrendada	Andina
Córdoba	Depósito Galot y Lessen - Producto terminado	8.400	Arrendada	Andina
Córdoba	Oficina Comercial (Dinosaurio Mall Alto Verde)	357	Arrendada	Andina
Córdoba	Depósito Frío (Granate SRL)	1.500	Arrendada	Andina ejecutada por Tercero
Córdoba	Depósito Materia Prima (Granate SRL)	4.720	Arrendada	Andina ejecutada por Tercero
Coronel Suarez	Oficinas / Centro de Distribución Tercerizado/ Bodegas/ Depósito	1.000	Arrendada	Andina ejecutada por Tercero
General Pico	Oficinas / Centro de Distribución / Bodegas	15.525	Propia	Andina
General Roca	Centro de Distribución / Bodegas	2.800	Tercero	Andina ejecutada por tercero
Gualeduaychu	Oficina Comercial / Bodegas	2.392	Arrendada	Andina ejecutada por Tercero
Junin (Buenos Aires)	Cross Docking	995	Tercero	Andina ejecutada por tercero
Junin (Buenos Aires)	Oficina Comercial	108	Arrendada	Andina
Mendoza	Oficinas / Centro de Distribución / Bodegas	36.452	Propia	Andina
Mendoza	Oficinas Comerciales	520	Arrendada	Andina
Mendoza	Depósito de frio	4240 (2240 m2 cubiertos)	Arrendada	Andina



Embotelladora  
del Atlántico S.A.

UBICACIÓN	USO PRINCIPAL	MTS 2	TIPO	OPERACIÓN
Monte Hermoso	Terreno	300	Propia	Sin uso
Neuquén	Oficinas / Centro de Distribución / Bodegas	10.157	Propia	Sin Uso
Neuquén	Depósito Centenario / Oficinas	48188,49 (7.908,73 m2 cubiertos)	Arrendada	Andina
Neuquén	Oficina Comercial	230	Arrendada	Andina
Olavarría	Oficinas / Centro de Distribución / Bodegas	3.065	Arrendada	Andina
Paraná	Oficina Comercial	318	Arrendada	Andina
Pehuajo	Oficinas / Centro de Distribución / Bodegas	1.060	Arrendada	Andina
Pergamino	Oficinas / Cross Docking	15.700	Propia	Andina
Río Gallegos	Centro de Distribución / Bodegas	937	Arrendada	Andina ejecutada por Tercero
Río Gallegos	Centro de Distribución / Bodegas	2.491	Arrendada	Andina ejecutada por Tercero
Río Grande	Oficinas / Centro de Distribución / Bodegas	2.460	Arrendada	Andina
Río Cuarto (Córdoba)	Depósito / Centro de Distribución / Cross Docking	7.482	Propia	Tercero
Río Cuarto (Córdoba)	Oficina Comercial	93	Arrendada	Andina
Rivadavia (Mendoza)	Depósito	800	Propia	Sin uso
Rosario	Oficinas / Centro de Distribución / Bodegas / Playa estacionamiento / Terreno	27.814	Propia	Andina
Rosario (calle Casilda)	Deposito / Cocheras / Playa Estacionamiento Camiones	20.152	Propia	Andina
Rosario (Comuna Alvear)	Deposito de frío (Distribuidora Raymundo SRL)	2.165	Arrendada	Andina ejecutada por Tercero
San Francisco (Córdoba)	Oficina Comercial	63	Arrendada	Andina
San Juan	Oficinas / Centro de Distribución / Bodegas	48.036	Propia	Andina
San Luis	Oficinas Comercial / Centro de Distribución / Bodegas	5.205	Propia	Andina
San Nicolas	Oficina Comercial	50	Arrendada	Andina
San Rafael (Santa Fe)	Oficina Comercial	58	Arrendada	Andina
Santa Fe (Casilda)	Oficina Comercial	40	Arrendada	Andina
Santa Fe	Oficina Comercial	238	Arrendada	Andina
Santa Rosa	Centro de Distribución / Bodegas	1.200	Tercero	Andina ejecutada por tercero
Santo Tomé	Oficina Administrativa / Centro de Distribución / Bodegas / Depósito	75.000	Propia	Andina
Trelew	Oficinas / Producción de Gaseosas / Centro de Distribución / Bodegas	51.000	Propia	Andina
Trelew	Bodegas	1.500	Arrendada	Andina
Tres Arroyos	Oficinas/ Cross Docking / Bodegas	1.548	Arrendada	Andina
Ushuaia	Oficinas / Centro de Distribución / Bodegas	1.360	Arrendada	Andina
Ushuaia	Oficina Comercial	94	Arrendada	Andina
Venado Tuerto	Oficina Comercial / Centro de Distribución / Bodegas	2.449	Tercero	Andina ejecutada por Tercero
Villa Maria	Oficina Comercial	125	Arrendada	Andina
Villa Mercedes	Oficina Comercial	70	Arrendada	Andina



Andina Empaques  
Argentina S.A.

OPERACIÓN	USO PRINCIPAL	MTS 2	TIPO	OPERACIÓN
Buenos Aires	Producción de botellas, preformas PET, tapas plásticas y cajones	27.520	Propia	Andina
Buenos Aires	Depósito lindante a la planta productora	940	Arrendada	Andina
Buenos Aires	Depósito lindante a la planta productora	1.041	Arrendada	Andina



Rio de Janeiro  
Refrescos Ltda.

UBICACIÓN	USO PRINCIPAL	MTS 2	TIPO	OPERACIÓN
Jacarepaguá	Oficinas / Producción de Gaseosas / Centro de Distribución / Bodegas	249.470	Propia	Andina
Duque de Caxias	Oficinas / Producción de Gaseosas / Centro de Distribución / Bodegas	2.243.953	Propia	Andina
Nova Iguaçu	Centro de Distribución/Bodegas	82.618	Propia	Andina
Bangu	Centro de Distribución	44.389	Propia	Andina
Campos dos Goytacazes	Centro de Distribución	36.083	Propia	Andina
Cabo Frio	Centro de Distribución-desactivado	1.985	Propia	Andina
Sao Pedro da Aldeia 1	Centro de Distribución	10.139	Concessão	Andina
Itaperuna	Cross Docking	2.500	Arrendada	Andina
Caju 1	Centro de Distribución	4.866	Propia	Andina
Caju 2	Centro de Distribución	8.058	Propia	Andina
Caju 3	Estacionamiento	7.400	Arrendada	Andina
Vitória (Cariacica)	Centro de Distribución	93.320	Propia	Andina
Cachoeiro do Itapemirim	Cross Docking	8.000	Arrendada	Andina
Ribeirão Preto	Oficinas / Producción de Gaseosas / Centro de Distribución / Bodegas	238.096	Propia	Andina
Ribeirão Preto	Terrenos Varios	279.557	Propia	Andina
Franca	Centro de Distribución	32.500	Propia	Andina
Mococa	Centro de Distribución	33.669	Arrendada	Andina
Araraquara	Centro de Distribución	11.658	Propia	Andina
São Paulo	Apartamento	69	Propia	Andina
Sao Joao da Boa Vista	Cross Docking	20.773	Propia	Andina
Sao Pedro da Aldeia 2	Estacionamiento	6.400	Concessão	Andina
Nova Friburgo	Oficina Comercial/Cross Docking	350	Arrendada	Andina
Guarapari	Oficina Comercial	218	Arrendada	Andina
Colatina	Oficina Comercial/Cross Docking	3.840	Arrendada	Andina
São Mateus	Oficina Comercial/Cross Docking	2.007	Arrendada	Andina
Rio das Ostras	Oficina Comercial	527	Arrendada	Andina
Passos	Centro de Distribución	8.500	Arrendada	Andina
Guarapari	Oficina Comercial	218	Arrendada	Andina
Xerém	Depósito	10.000	Arrendada	Andina
Anhanguera	Depósito	57.162	Arrendada	Andina





Embotelladora  
Andina S.A.

UBICACIÓN	USO PRINCIPAL	MTS 2	TIPO	OPERACIÓN
Renca	Oficinas / Producción de Gaseosas / Centros de Distribución / Bodegas	415.517	Propia	Andina
Renca	Bodegas	55.562	Propia	Andina
Renca	Bodegas	11.211	Propia	Andina
Renca	Bodegas	46.965	Propia	Andina
Carlos Valdovinos	Centros de Distribución / Bodegas	106.820	Propia	Andina
Puente Alto	Centros de Distribución / Bodegas	68.682	Propia	Andina
Maipú	Centros de Distribución / Bodegas	45.833	Propia	Andina
Bodega MCC	Centros de Distribución / Bodegas	9.280	Arrendada	Andina
Colina	Centros de Distribución / Bodegas	6.550	Arrendada	Andina
Chimba	Centros de Distribución / Bodegas	1.000	Arrendada	Andina
Demetrop (Región Metropolitana)	Bodegas	s/d	Arrendada	Andina
Trailerlogistic (Región Metropolitana)	Bodegas	s/d	Arrendada	Andina
Monster (Región Metropolitana)	Bodegas	s/d	Arrendada	Andina
Rancagua	Centros de Distribución / Bodegas	25.920	Propia	Andina
San Antonio	Centros de Distribución / Bodegas	19.809	Propia	Andina
Antofagasta	Oficinas / Producción de Gaseosas / Centros de Distribución / Bodegas	34.729	Propia	Andina
Antofagasta	Bodegas	8.028	Propia	Andina
Calama	Centros de Distribución / Bodegas	10.700	Propia	Andina
Tocopilla	Centros de Distribución / Bodegas	562	Propia	Andina
Coquimbo	Oficinas / Centros de Distribución / Bodegas	31.383	Propia	Andina
Copiapó	Centros de Distribución / Bodegas	26.800	Propia	Andina
Ovalle	Centros de Distribución / Bodegas	6.223	Propia	Andina
Vallenar	Centros de Distribución / Bodegas	5.000	Propia	Andina
Illapel	Centros de Distribución / Bodegas	s/d	Arrendada	Andina
Punta Arenas	Oficinas / Producción de Gaseosas / Centros de Distribución / Bodegas	109.517	Propia	Andina
Coyhaique	Centros de Distribución / Bodegas	5.093	Propia	Andina
Puerto Natales	Centros de Distribución / Bodegas	850	Arrendada	Andina



Vital Jugos S.A.

UBICACIÓN	USO PRINCIPAL	MTS 2	TIPO	OPERACIÓN
Renca	Oficinas / Producción de Jugos	40.000	Propia	Andina



Vital Aguas S.A.

UBICACIÓN	USO PRINCIPAL	MTS 2	TIPO	OPERACIÓN
Rengo	Oficinas / Producción de Aguas	346.532	Propia	Andina

Envases  
Central S.A.

UBICACIÓN	USO PRINCIPAL	MTS 2	TIPO	OPERACIÓN
Renca	Oficinas / Producción de Gaseosas	51.907	Propia	Andina



Re-Ciclar S.A.

UBICACIÓN	USO PRINCIPAL	MTS 2	TIPO	OPERACIÓN
Lampa	Oficinas / Producción Resina RPET (en construcción)	7.500	Propia	Andina

Paraguay  
Refrescos S.A.

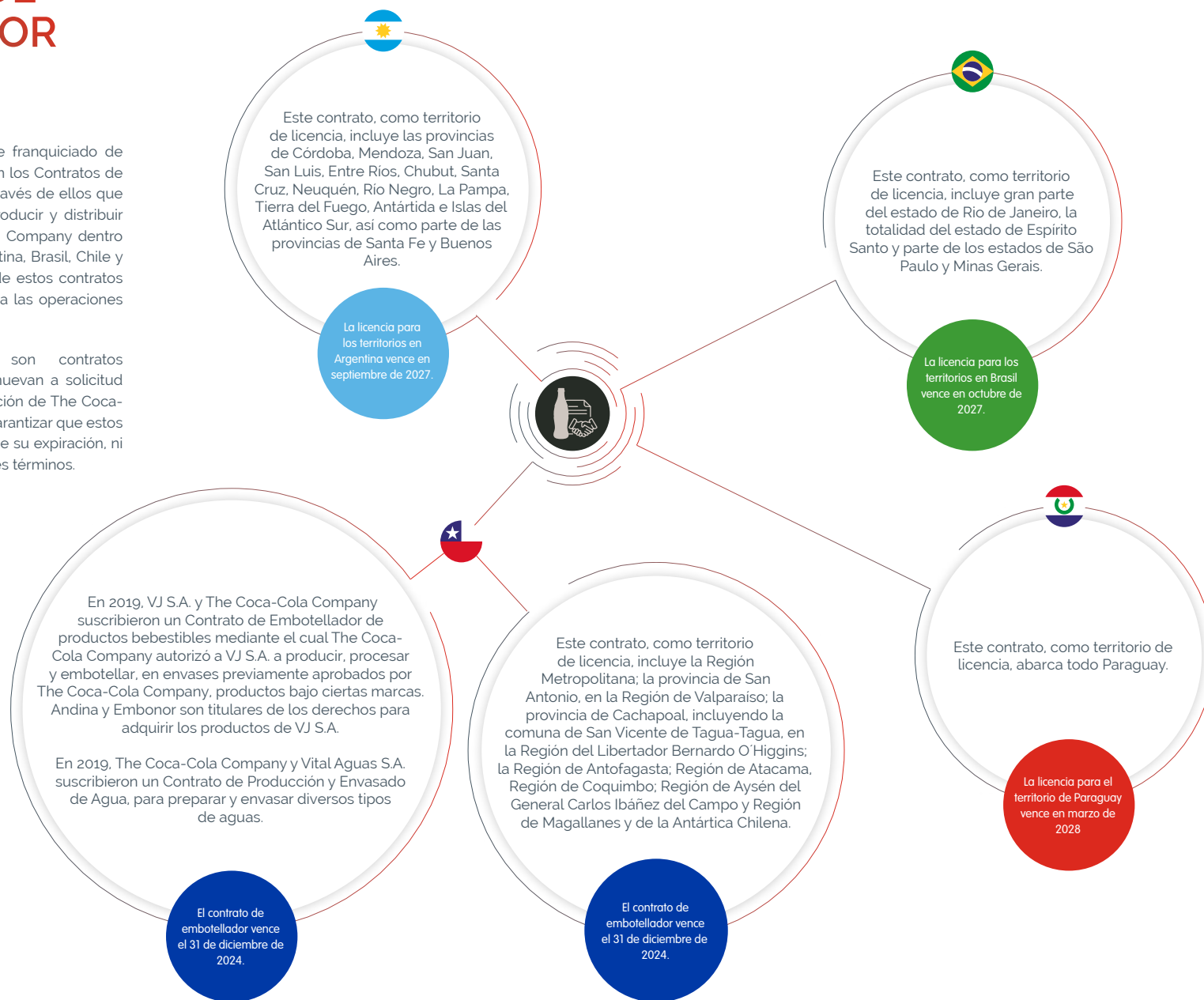
UBICACIÓN	USO PRINCIPAL	MTS 2	TIPO	OPERACIÓN
San Lorenzo	Oficinas / Producción de Gaseosas / Bodegas	275.292	Propia	Andina
Coronel Oviedo	Oficinas/Bodegas	32.911	Propia	Andina
Encarnación	Oficinas/Bodegas	12.744	Propia	Andina
Ciudad del Este	Oficinas/Bodegas	14.620	Propia	Andina

# CONTRATOS DE EMBOTELLADOR

GRI 2-6 | CMF 6.2.VII

Coca-Cola Andina ostenta la calidad de franquiciado de The Coca-Cola Company de acuerdo con los Contratos de Embotellador que se han firmado. Es a través de ellos que la Compañía obtiene la licencia para producir y distribuir productos de marcas de The Coca-Cola Company dentro de sus territorios franquiciados en Argentina, Brasil, Chile y Paraguay. La mantención y renovación de estos contratos de embotellador son fundamentales para las operaciones de la Sociedad.

Los Contratos de Embotellador son contratos internacionales estándar, los que se renuevan a solicitud de la embotelladora y a exclusiva discreción de The Coca-Cola Company. La Compañía no puede garantizar que estos contratos serán renovados al momento de su expiración, ni que se renovarán en los mismos o mejores términos.



# CONTRATOS DE DISTRIBUCIÓN

GRI 2-6 | CMF 6.2.VI, 6.2.VII

Los contratos de distribución que existen en las distintas operaciones de Argentina, Brasil, Chile y Paraguay permiten distribuir los productos pactados en dichos contratos dentro de los territorios de licencia de cada uno de los países.

**EL OBJETO SOCIAL DE ANDINA NO REQUIERE DE LA EXISTENCIA DE PATENTES ESPECIALES PARA SU DESARROLLO, A EXCEPCIÓN DE LAS CORRESPONDIENTES PATENTES DE ALCOHOLES. LA COMPAÑÍA CUENTA CON TODOS LOS PERMISOS, PATENTES MUNICIPALES, LICENCIAS Y AUTORIZACIONES SANITARIAS RELEVANTES Y NECESARIAS PARA SU ADECUADO FUNCIONAMIENTO EN TODOS SUS PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS, EN CADA UNA DE SUS OPERACIONES Y EN FUNCIÓN DE SU OBJETO SOCIAL.**

## CONTRATOS DE DISTRIBUCIÓN POR PAÍS



### Argentina

- ▶ Contrato de Comercialización de bebidas alcohólicas (principalmente cervezas, sidras y vinos) con Compañía Industrial Cervecera S.A. Dicho contrato estuvo vigente hasta el 12 de junio de 2023.
- ▶ Contrato de Distribución de bebidas energéticas con Monster Energy Company, celebrado con fecha 13 de diciembre de 2017. Dicho contrato tiene una vigencia de 10 años, renovable automáticamente por periodos sucesivos de 5 años y cumplidas determinadas condiciones.
- ▶ Contrato de distribución de bebidas alcohólicas para el territorio de las Provincias de Mendoza, San Juan y San Luis, celebrado con fecha 28 de junio de 2022 con Grupo Peñaflores S.A., con vigencia hasta Junio 2026.



### Chile

- ▶ Contrato de Distribución de bebidas energéticas con Monster Energy Company, celebrado con fecha 1 de agosto de 2016. Dicho contrato tiene una vigencia de 10 años, renovable automáticamente por periodos sucesivos de 5 años y cumplidas determinadas condiciones.
- ▶ Contrato de Distribución de bebidas alcohólicas (principalmente licores) con Diageo Chile Limitada, celebrado con fecha 26 de abril de 2018. Dicho contrato fue renovado con fecha 17 de enero de 2023, por 5 años a partir de esa fecha, hasta el 16 de enero de 2028.
- ▶ Contrato de Distribución de bebidas alcohólicas (principalmente destilados) con Cooperativa Agrícola y Písquera Elqui Limitada y Viña Francisco de Aguirre S.A., celebrado con fecha 21 de agosto de 2019. Dicho contrato tiene una vigencia de 5 años, renovable cumplidas determinadas condiciones.
- ▶ Contrato de Distribución de bebidas alcohólicas (principalmente cervezas) con Cervecería Chile S.A., celebrado con fecha 17 de agosto de 2020. Dicho contrato tiene una vigencia de 5 años, a partir del 1 de noviembre de 2020, renovable cumplidas determinadas condiciones.
- ▶ Contrato de Distribución de bebidas alcohólicas (principalmente vinos) con la Sociedad Anónima Viña Santa Rita, celebrado con fecha 19 de agosto de 2021. Dicho contrato tiene una vigencia de 5 años, a partir del 2 de noviembre de 2021, renovable cumplidas determinadas condiciones.



### Brasil

- ▶ Contrato de Distribución de bebidas energéticas con Monster Energy Company, celebrado con fecha 2 de agosto de 2016. Dicho contrato tiene una vigencia de 10 años, renovable automáticamente por periodos sucesivos de 5 años y cumplidas determinadas condiciones.
- ▶ Contrato de Distribución de bebidas alcohólicas (principalmente cervezas) con Cervejarias Kaiser Brasil S.A. Dicho contrato tiene vigencia hasta el 31 de diciembre de 2026.
- ▶ Contrato de Distribución de bebidas alcohólicas (principalmente cervezas) con Estrella de Galicia Importação e Comercialização de Bebidas e Alimentos Ltda. Dicho contrato tiene vigencia hasta el 3 de septiembre de 2023.
- ▶ Contrato de Distribución con Campari do Brasil Ltda., para distribuir una parte del portafolio de productos Campari en todo el territorio franquicia. Dicho contrato tiene vigencia hasta el 31 de diciembre de 2026.
- ▶ El 9 de agosto de 2023, Andina Brasil firmó un Contrato de Distribución con Perfetti Van Melle con fecha de vencimiento el 9 de agosto de 2028, autorizado por el Contrato Marco firmado por el sistema Coca-Cola Brasil en julio de 2022, para distribuir el portafolio de la marca Perfetti Van Melle en todo el territorio brasileño.



### Paraguay

- ▶ Contrato de Distribución de bebidas energéticas con Monster Energy Company, celebrado con fecha 11 de mayo de 2018. Dicho contrato tiene una vigencia de 10 años, renovable automáticamente por periodos sucesivos de 5 años y cumplidas determinadas condiciones.
- ▶ En octubre de 2022 PARESA y Cervepar S.A. firmaron un Contrato Marco de Logística y Ventas con una vigencia de 5 años, y en este contexto, a partir de septiembre de 2023, PARESA comenzó a distribuir bebidas alcohólicas, principalmente cervezas bajo las marcas Brahma, Budweiser 66, Skol, entre otras, en los departamentos de Caazapá y Concepción.



# 8

## Estados financieros

1

Marzo

## HECHOS ESENCIALES

CMF 9

Los Hechos Esenciales y sus efectos para el periodo reportado desde el 1 de enero al 31 de diciembre del año 2023 son los siguientes:

### CITACIÓN A JOA 2023 REMOTA:

Con fecha 01 de marzo de 2023 se informa a la CMF lo siguiente:

En sesión ordinaria del Directorio de la Sociedad celebrada el día 28 de febrero de 2023, se acordó entre otras cosas, lo siguiente:

**1.** La convocatoria a Junta Ordinaria de Accionistas para el día 20 de abril de 2023, a las 10:00 horas (la "Junta"), la cual se llevará a cabo de manera 100% remota desde las oficinas de la Sociedad ubicadas en Av. Miraflores 9153, Renca, Región Metropolitana en atención a lo dispuesto en la Norma de Carácter General N° 435 y el Oficio Circular N° 1141.

**2.** Las materias para tratar en la Junta serán aquellas propias de esta clase de juntas, incluyendo, entre otras, ratificar los dividendos provisorios pagados contra las utilidades del ejercicio 2022 y aprobar la distribución de utilidades y el reparto de nuevos dividendos según se describe a continuación:

**1.** Un primer dividendo por los montos que se indican a continuación:

- a) Ch\$29 (veintinueve pesos) por cada acción de la Serie A; y,
- b) Ch\$31,9 (treinta y uno coma nueve pesos) por cada acción de la Serie B.

De ser aprobado por la Junta, los nuevos dividendos antes indicados se pagarán a partir del día 9 de mayo de 2023.

**2.** Un segundo dividendo por los montos que se indican a continuación:

- c) Ch\$50 (cincuenta pesos) por cada acción de la Serie A; y,
- d) Ch\$55 (cincuenta y cinco pesos) por cada acción de la Serie B.

De ser aprobado por la Junta, los nuevos dividendos antes indicados se pagarán a partir del día 26 de mayo de 2023.

El cierre del Registro de Accionistas para el pago de los dividendos antes señalados sería el quinto día hábil anterior a la fecha de pago respectiva.

20

Abril

**ACUERDOS JOA 2023:**

Con fecha 20 de abril 2023 se informa a la CMF lo siguiente:

En Junta Ordinaria de Accionistas de Embotelladora Andina S.A., celebrada el día de hoy, 20 de abril de 2023, se acordó, entre otras materias, lo siguiente:

1. Aprobar la Memoria, el Estado de Situación Financiera y los Estados Financieros correspondientes al Ejercicio 2022; como, asimismo, el Informe de la Empresa de Auditoría Externa respecto de los Estados Financieros indicados;
2. Aprobar la distribución de las utilidades y el reparto de dividendos;
3. Aprobar la exposición respecto de la política de dividendos de la Sociedad e información sobre los procedimientos utilizados en la distribución y pago de los mismos;
4. Aprobar la remuneración de los Directores, de los miembros del Comité de Cultura, Ética y Sustentabilidad, de los miembros del Comité Ejecutivo, de los miembros del Comité de Directores establecido por el artículo 50 bis de la Ley N°18.046, y de los miembros del Comité de Auditoría exigido por la Ley Sarbanes & Oxley de los Estados Unidos; como, asimismo, el informe de gestión anual y los gastos incurridos por el Comité de Directores, y los gastos del Directorio, durante el Ejercicio 2022;
5. Designar a PricewaterhouseCoopers Consultores, Auditores y Compañía Limitada como Empresa de Auditoría Externa para el Ejercicio 2023;
6. Designar como Clasificadoras de Riesgo de la Compañía para el Ejercicio 2023 a las siguientes sociedades: Fitch Chile Clasificadora de Riesgo Limitada e International Credit Rating Clasificadora de Riesgo Limitada, como clasificadores locales; y Fitch Ratings, Inc. y S&P Global Ratings, como clasificadores internacionales.

7. Aprobar la cuenta sobre acuerdos del Directorio relativos a operaciones a que se refieren los artículos 146 y siguientes de la Ley N°18.046, posteriores a la última junta de accionistas; y,

8. Designar al Diario Financiero como el diario donde deben publicarse los avisos y las convocatorias a juntas ordinarias y extraordinarias de accionistas.

Dentro del número 2 anterior, la Junta acordó ratificar los dividendos provisorios pagados con cargo a las utilidades del Ejercicio 2022, y aprobar la distribución de utilidades y el reparto de nuevos dividendos según se describe a continuación:

1. Un primer dividendo, definitivo adicional N°225, con cargo a las utilidades del Ejercicio 2022 por los montos que se indican a continuación:
  - a) Ch\$29 (veintinueve pesos) por cada acción de la Serie A; y
  - b) Ch\$31,9 (treinta y uno coma nueve pesos) por cada acción de la Serie B.

El nuevo dividendo antes indicado se pagará a partir del día 9 de mayo de 2023.

2. Un segundo dividendo, definitivo eventual N°226, con cargo a la cuenta de Utilidades Acumuladas, por los montos que se indican a continuación:
  - c) Ch\$50 (cincuenta pesos) por cada acción de la Serie A; y
  - d) Ch\$55 (cincuenta y cinco pesos) por cada acción de la Serie B.

El nuevo dividendo antes indicado se pagará a partir del día 26 de mayo de 2023.

El cierre del Registro de Accionistas para el pago de los dividendos antes señalados será el quinto día hábil anterior a la fecha de inicio de pago respectiva.

31

Mayo

**RENUNCIA DIRECTOR MARCO ANTONIO ARAUJO:**

Con fecha 31 de mayo de 2023 se informa a la CMF lo siguiente:

En sesión ordinaria celebrada en el día de ayer, el Directorio de la Sociedad fue notificado de la renuncia al cargo de director presentada por el señor Marco Antonio Araujo. Dicha renuncia obedece a razones de carácter personal, y se hará efectiva a partir de dicha fecha.

El Directorio, junto con agradecer la valiosa colaboración del señor Araujo, aceptó su renuncia y designó en su reemplazo, hasta la próxima Junta Ordinaria de Accionistas, al señor Luis Felipe Coelho Duprat Avellar.

25

Julio

**PAGO DE DIVIDENDO 227:**

Con fecha 25 de julio de 2023 se informa a la CMF lo siguiente:

**DIVIDENDO PROVISORIO**

Conforme a lo autorizado en la Junta Ordinaria de Accionistas celebrada el 20 de abril del presente año, el Directorio de la Compañía en su sesión celebrada el día 25 de julio de 2023, acordó la distribución de las siguientes sumas como dividendo provisorio:

- a. Ch\$29,0 (veintinueve pesos) por cada acción de la Serie A; y
- b. Ch\$31,9 (treinta y uno coma nueve pesos) por cada acción de la Serie B.

Este dividendo se pagará con cargo a los resultados del Ejercicio 2023, y estará a disposición de los accionistas a partir del día 25 de agosto de 2023, cerrándose el Registro de Accionistas para los efectos de su pago, el quinto día hábil anterior a esa fecha.



**20**

Septiembre

**COLOCACIÓN DE BONOS EN EL EXTRANJERO:**

Con fecha 20 de septiembre de 2023 se informa a la CMF lo siguiente:

Con esta fecha, la Sociedad ha colocado en el mercado público de Suiza, bonos por un monto total de CHF\$170.000.000 (ciento setenta millones de francos suizos) por concepto de capital, con vencimiento al año 2028.

Al respecto, se adjunta formulario del anexo de la Circular N°1.072 de esta Comisión.

**27**

Septiembre

**PAGO DE DIVIDENDO 228:**

Con fecha 27 de septiembre de 2023 se informa a la CMF lo siguiente:

**DIVIDENDO PROVISORIO**

Conforme a lo autorizado en la Junta Ordinaria de Accionistas celebrada el 20 de abril del presente año, el Directorio de la Compañía en su sesión celebrada el día 26 de septiembre de 2023, acordó la distribución de las siguientes sumas como dividendo provisorio:

- a. Ch\$29,0 (veintinueve pesos) por cada acción de la Serie A; y
- b. Ch\$31,9 (treinta y uno coma nueve pesos) por cada acción de la Serie B.

Este dividendo se pagará con cargo a los resultados del Ejercicio 2023, y estará a disposición de los accionistas a partir del día 26 de octubre de 2023, cerrándose el Registro de Accionistas para los efectos de su pago, el quinto día hábil anterior a esa fecha.

**29**

Diciembre

**PAGO DE DIVIDENDO 229:**

Con fecha 29 de diciembre de 2023 se informa a la CMF lo siguiente:

**DIVIDENDO PROVISORIO**

Conforme a lo autorizado en la Junta Ordinaria de Accionistas celebrada el 20 de abril del presente año, el Directorio de la Compañía en su sesión celebrada el día 28 de diciembre de 2023, acordó la distribución de las siguientes sumas como dividendo provisorio:

- c. Ch\$32,0 (treinta y dos pesos) por cada acción de la Serie A; y
- d. Ch\$35,20 (treinta y cinco coma veinte pesos) por cada acción de la Serie B.

Este dividendo se pagará con cargo a los resultados del Ejercicio 2023, y estará a disposición de los accionistas a partir del día 25 de enero de 2024, cerrándose el Registro de Accionistas para los efectos de su pago, el quinto día hábil anterior a esa fecha.





# ESTADOS FINANCIEROS RESUMIDOS – FILIALES

CMF 11

Finalizados al 31 de diciembre de 2022 y 2023

## EMBOTELLADORA ANDINA CHILE S.A.

	2023 (M\$)	2022 (M\$)
<b>ESTADO DE SITUACION FINANCIERA</b>		
<b>Activos</b>		
Activos corrientes	10.921.093	862.025
Activos no corrientes	46.351.288	48.230.845
<b>Total activos</b>	<b>57.272.381</b>	<b>49.092.870</b>
<b>Pasivos</b>		
Pasivos corrientes	444.644	425.666
Pasivos no corrientes	7.905.386	6.349.129
<b>Total Pasivos</b>	<b>8.350.030</b>	<b>6.774.795</b>
<b>Patrimonio</b>		
Capital	36.569.067	36.569.067
Reservas		
Ganancias Acumuladas	12.353.284	5.749.008
<b>Total Patrimonio</b>	<b>48.922.351</b>	<b>42.318.075</b>
<b>ESTADOS DE RESULTADOS</b>		
Resultado operacional	8.391.811	7.065.795
Resultado no operacional	1.464	22.301
<b>Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto</b>	<b>8.393.275</b>	<b>7.088.096</b>
Gasto (Ingreso) por Impuesto a las Ganancias	(1.789.000)	(390.365)
Ganancia (Pérdida)	6.604.275	6.697.731
<b>ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO</b>		
Flujo de operación	19.157.434	(1.644.211)
Flujo de Inversión	(19.157.435)	1.652.447
Flujo de financiamiento	0	0
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	0	0
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	9.999	1.763
<b>Saldo Efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>9.998</b>	<b>9.999</b>

## VJ S.A.

	2023 (M\$)	2022 (M\$)
<b>ESTADO DE SITUACION FINANCIERA</b>		
<b>Activos</b>		
Activos corrientes	29.670.457	27.190.770
Activos no corrientes	19.914.658	19.346.711
<b>Total activos</b>	<b>49.585.115</b>	<b>46.537.481</b>
<b>Pasivos</b>		
Pasivos corrientes	20.549.744	20.026.609
Pasivos no corrientes	1.839.580	1.228.226
<b>Total Pasivos</b>	<b>22.389.324</b>	<b>21.254.835</b>
<b>Patrimonio</b>		
Capital	20.675.167	20.675.167
Reservas	496.584	533.561
Ganancias Acumuladas	6.024.040	4.073.918
<b>Total Patrimonio</b>	<b>27.195.791</b>	<b>25.282.646</b>
<b>ESTADOS DE RESULTADOS</b>		
Resultado operacional	1.663.161	2.167.491
Resultado no operacional	194.895	53.270
<b>Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto</b>	<b>1.858.056</b>	<b>2.220.761</b>
Gasto (Ingreso) por Impuesto a las Ganancias	(202.652)	417.035
Ganancia (Pérdida)	1.655.404	2.637.796
<b>ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO</b>		
Flujo de operación	2.366.967	2.131.716
Flujo de Inversión	(2.365.286)	(4.362.318)
Flujo de financiamiento	40.142	7.247
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	(21.197)	(21.591)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	2.740.413	4.985.359
<b>Saldo Efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>2.761.039</b>	<b>2.740.413</b>

**VITAL AGUAS S.A.**

	2023 (M\$)	2022 (M\$)
<b>ESTADO DE SITUACION FINANCIERA</b>		
<b>Activos</b>		
Activos corrientes	7.064.592	7.326.743
Activos no corrientes	5.272.662	5.516.881
<b>Total activos</b>	<b>12.337.254</b>	<b>12.843.624</b>
<b>Pasivos</b>		
Pasivos corrientes	5.061.917	6.073.685
Pasivos no corrientes	137.827	154.669
<b>Total Pasivos</b>	<b>5.199.744</b>	<b>6.228.354</b>
<b>Patrimonio</b>		
Capital	4.331.154	4.331.154
Reservas	12.533	19.675
Ganancias Acumuladas	2.793.823	2.264.441
<b>Total Patrimonio</b>	<b>7.137.510</b>	<b>6.615.270</b>
<b>ESTADOS DE RESULTADOS</b>		
Resultado operacional	498.002	811.284
Resultado no operacional	40.448	(292.164)
<b>Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto</b>	<b>538.450</b>	<b>519.120</b>
Gasto (Ingreso) por Impuesto a las Ganancias	(35.744)	72.506
Ganancia (Pérdida)	502.706	591.626
<b>ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO</b>		
Flujo de operación	324.349	322.449
Flujo de Inversión	(296.251)	(283.497)
Flujo de financiamiento	71.161	10.069
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	(2.714)	(24.913)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	2.139.157	2.115.049
<b>Saldo Efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>2.235.702</b>	<b>2.139.157</b>

**ENVASES CENTRAL S.A.**

	2023 (M\$)	2022 (M\$)
<b>ESTADO DE SITUACION FINANCIERA</b>		
<b>Activos</b>		
Activos corrientes	20.446.648	22.918.372
Activos no corrientes	21.015.727	22.057.335
<b>Total activos</b>	<b>41.462.375</b>	<b>44.975.707</b>
<b>Pasivos</b>		
Pasivos corrientes	16.775.490	21.712.326
Pasivos no corrientes	6.293.558	6.887.495
<b>Total Pasivos</b>	<b>23.069.048</b>	<b>28.599.821</b>
<b>Patrimonio</b>		
Capital	7.562.354	7.562.354
Reservas	557.298	579.875
Ganancias Acumuladas	10.273.675	8.233.657
<b>Total Patrimonio</b>	<b>18.393.327</b>	<b>16.375.886</b>
<b>ESTADOS DE RESULTADOS</b>		
Resultado operacional	2.398.977	2.548.326
Resultado no operacional	(147.363)	(139.851)
<b>Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto</b>	<b>2.251.614</b>	<b>2.408.475</b>
Gasto (Ingreso) por Impuesto a las Ganancias	(389.321)	46.234
Ganancia (Pérdida)	1.862.293	2.454.709
<b>ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO</b>		
Flujo de operación	3.858.383	5.766.359
Flujo de Inversión	(2.009.346)	(6.104.356)
Flujo de financiamiento	28.232	8.680
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	(2.646)	(112.470)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	3.182.270	3.624.057
<b>Saldo Efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>5.056.893</b>	<b>3.182.270</b>

**TRANSPORTES ANDINA REFRESCOS LTDA.**

	2023 (M\$)	2022 (M\$)
<b>ESTADO DE SITUACION FINANCIERA</b>		
<b>Activos</b>		
Activos corrientes	9.706.350	10.375.126
Activos no corrientes	36.605.771	30.691.794
<b>Total activos</b>	<b>46.312.121</b>	<b>41.066.920</b>
<b>Pasivos</b>		
Pasivos corrientes	22.797.589	19.844.028
Pasivos no corrientes	10.287.439	9.255.097
<b>Total Pasivos</b>	<b>33.085.028</b>	<b>29.099.125</b>
<b>Patrimonio</b>		
Capital	12.639.173	12.639.173
Reservas	(1.214.005)	(1.788.753)
Ganancias Acumuladas	1.801.925	1.117.375
<b>Total Patrimonio</b>	<b>13.227.093</b>	<b>11.967.795</b>
<b>ESTADOS DE RESULTADOS</b>		
Resultado operacional	3.691.977	3.205.972
Resultado no operacional	(244.990)	(28.814)
<b>Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto</b>	<b>3.446.987</b>	<b>3.177.158</b>
Gasto (Ingreso) por Impuesto a las Ganancias	(905.369)	(805.306)
Ganancia (Pérdida)	2.541.618	2.371.852
<b>ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO</b>		
Flujo de operación	25.961.884	6.615.506
Flujo de Inversión	(23.885.364)	(5.048.626)
Flujo de financiamiento	(2.075.997)	(1.566.415)
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	0	0
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	3.210	2.745
<b>Saldo Efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>3.733</b>	<b>3.210</b>

**SERVICIOS MULTIVENDING LTDA.**

	2023 (M\$)	2022 (M\$)
<b>ESTADO DE SITUACION FINANCIERA</b>		
<b>Activos</b>		
Activos corrientes	1.754.841	1.525.191
Activos no corrientes	305.700	452.918
<b>Total activos</b>	<b>2.060.541</b>	<b>1.978.109</b>
<b>Pasivos</b>		
Pasivos corrientes	516.832	555.669
Pasivos no corrientes	25.946	24.572
<b>Total Pasivos</b>	<b>542.778</b>	<b>580.241</b>
<b>Patrimonio</b>		
Capital	862.248	862.248
Reservas	1.886	662
Ganancias Acumuladas	653.629	534.958
<b>Total Patrimonio</b>	<b>1.517.763</b>	<b>1.397.868</b>
<b>ESTADOS DE RESULTADOS</b>		
Resultado operacional	132.466	115.431
Resultado no operacional	3.567	13.850
<b>Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto</b>	<b>136.033</b>	<b>129.281</b>
Gasto (Ingreso) por Impuesto a las Ganancias	(17.361)	11.510
Ganancia (Pérdida)	118.672	140.791
<b>ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO</b>		
Flujo de operación	531.634	661.973
Flujo de Inversión	(750.730)	(425.109)
Flujo de financiamiento	313.512	(317.730)
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	0	0
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	50.943	131.809
<b>Saldo Efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>145.359</b>	<b>50.943</b>

**ANDINA BOTTLING INVESTMENTS S.A.**

	2023 (M\$)	2022 (M\$)
<b>ESTADO DE SITUACION FINANCIERA</b>		
<b>Activos</b>		
Activos corrientes	2.237.254	2.690.419
Activos no corrientes	586.909.727	752.660.715
<b>Total activos</b>	<b>589.146.981</b>	<b>755.351.134</b>
<b>Pasivos</b>		
Pasivos corrientes	237.748	682.542
Pasivos no corrientes	0	0
<b>Total Pasivos</b>	<b>237.748</b>	<b>682.542</b>
<b>Patrimonio</b>		
Capital	311.727.582	311.727.582
Reservas	(104.883.358)	(22.357.349)
Ganancias Acumuladas	382.065.009	465.298.359
<b>Total Patrimonio</b>	<b>588.909.233</b>	<b>754.668.592</b>
<b>ESTADOS DE RESULTADOS</b>		
Resultado operacional	(498.834)	(448.716)
Resultado no operacional	110.142.824	113.025.673
<b>Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto</b>	<b>109.643.990</b>	<b>112.576.957</b>
Gasto (Ingreso) por Impuesto a las Ganancias	(9.766.576)	(5.773.658)
Ganancia (Pérdida)	99.877.414	106.803.299
<b>ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO</b>		
Flujo de operación	(3.620.868)	1.779.378
Flujo de Inversión	661.612	149.022
Flujo de financiamiento	0	0
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	2.653.506	(1.485.734)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	444.583	1.918
<b>Saldo Efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>138.833</b>	<b>444.583</b>

**ANDINA BOTTLING INVESTMENTS DOS S.A.**

	2023 (M\$)	2022 (M\$)
<b>ESTADO DE SITUACION FINANCIERA</b>		
<b>Activos</b>		
Activos corrientes	81.370.532	420.202.850
Activos no corrientes	343.263.453	273.509.225
<b>Total activos</b>	<b>424.633.985</b>	<b>693.712.075</b>
<b>Pasivos</b>		
Pasivos corrientes	63.232	287.279
Pasivos no corrientes	0	(61.947)
<b>Total Pasivos</b>	<b>63.232</b>	<b>225.332</b>
<b>Patrimonio</b>		
Capital	466.474.897	466.474.897
Reservas	(119.221.037)	(152.875.392)
Ganancias Acumuladas	77.316.893	379.887.238
<b>Total Patrimonio</b>	<b>424.570.753</b>	<b>693.486.743</b>
<b>ESTADOS DE RESULTADOS</b>		
Resultado operacional	(495.203)	(445.302)
Resultado no operacional	110.457.910	91.744.667
<b>Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto</b>	<b>109.962.707</b>	<b>91.299.365</b>
Gasto (Ingreso) por Impuesto a las Ganancias	(5.737.246)	(5.356.076)
Ganancia (Pérdida)	104.225.461	85.943.289
<b>ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO</b>		
Flujo de operación	(362.901.924)	205.319
Flujo de Inversión	930.705	0
Flujo de financiamiento	356.394.800	0
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	5.458.641	(73.891)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	137.351	5.923
<b>Saldo Efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>19.573</b>	<b>137.351</b>



**ANDINA INVERSIONES SOCIETARIAS SPA.**

	2023 (M\$)	2022 (M\$)
<b>ESTADO DE SITUACION FINANCIERA</b>		
<b>Activos</b>		
Activos corrientes	970.965	1.291.078
Activos no corrientes	35.162.511	36.937.698
<b>Total activos</b>	<b>36.133.476</b>	<b>38.228.776</b>
<b>Pasivos</b>		
Pasivos corrientes	25.116	9.418
Pasivos no corrientes	0	0
<b>Total Pasivos</b>	<b>25.116</b>	<b>9.418</b>
<b>Patrimonio</b>		
Capital	30.082.325	30.082.325
Reservas	(32.166)	15.237
Ganancias Acumuladas	6.058.203	8.121.800
<b>Total Patrimonio</b>	<b>36.108.362</b>	<b>38.219.362</b>
<b>ESTADOS DE RESULTADOS</b>		
Resultado operacional	(3.148)	(2.899)
Resultado no operacional	3.248.327	4.166.020
<b>Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto</b>	<b>3.245.179</b>	<b>4.163.121</b>
Gasto (Ingreso) por Impuesto a las Ganancias	(24.272)	(23.375)
Ganancia (Pérdida)	3.220.907	4.139.746
<b>ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO</b>		
Flujo de operación	(37.909)	5.501
Flujo de Inversión	0	0
Flujo de financiamiento	0	(105)
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	829	6.290
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	46.049	34.362
<b>Saldo Efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>8.970</b>	<b>46.049</b>

**RIO DE JANEIRO REFRESCOS LTDA.**

	2023 (M\$)	2022 (M\$)
<b>ESTADO DE SITUACION FINANCIERA</b>		
<b>Activos</b>		
Activos corrientes	276.111.517	383.021.239
Activos no corrientes	651.665.020	566.116.304
<b>Total activos</b>	<b>927.776.537</b>	<b>949.137.543</b>
<b>Pasivos</b>		
Pasivos corrientes	284.887.153	140.642.493
Pasivos no corrientes	300.646.803	536.281.288
<b>Total Pasivos</b>	<b>585.533.956</b>	<b>676.923.781</b>
<b>Patrimonio</b>		
Capital	119.168.159	119.168.159
Reservas	8.169.875	(22.088.232)
Ganancias Acumuladas	214.904.547	175.133.835
<b>Total Patrimonio</b>	<b>342.242.581</b>	<b>272.213.762</b>
<b>ESTADOS DE RESULTADOS</b>		
Resultado operacional	112.822.687	84.531.293
Resultado no operacional	(17.704.155)	(9.667.664)
<b>Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto</b>	<b>95.118.532</b>	<b>74.863.629</b>
Gasto (Ingreso) por Impuesto a las Ganancias	(27.122.886)	(21.342.331)
Ganancia (Pérdida)	67.995.646	53.521.298
<b>ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO</b>		
Flujo de operación	118.389.616	58.391.224
Flujo de Inversión	110.533.381	(42.173.211)
Flujo de financiamiento	(209.887.714)	(3.064.412)
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	7.255.827	497.193
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	69.923.621	56.272.827
<b>Saldo Efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>96.214.731</b>	<b>69.923.621</b>

**EMBOTELLADORA DEL ATLÁNTICO S.A.**

	2023 (M\$)	2022 (M\$)
<b>ESTADO DE SITUACION FINANCIERA</b>		
<b>Activos</b>		
Activos corrientes	79.240.262	132.214.928
Activos no corrientes	186.371.255	243.866.619
<b>Total activos</b>	<b>265.611.517</b>	<b>376.081.547</b>
<b>Pasivos</b>		
Pasivos corrientes	105.077.757	138.653.369
Pasivos no corrientes	22.626.937	23.668.595
<b>Total Pasivos</b>	<b>127.704.694</b>	<b>162.321.964</b>
<b>Patrimonio</b>		
Capital	3.782.900	3.782.900
Reservas	33.005.856	82.458.475
Ganancias Acumuladas	101.118.067	127.518.208
<b>Total Patrimonio</b>	<b>137.906.823</b>	<b>213.759.583</b>
<b>ESTADOS DE RESULTADOS</b>		
Resultado operacional	58.021.804	80.077.074
Resultado no operacional	(9.840.824)	(5.024.110)
<b>Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto</b>	<b>48.180.980</b>	<b>75.052.964</b>
Gasto (Ingreso) por Impuesto a las Ganancias	(24.332.539)	(37.463.176)
Ganancia (Pérdida)	23.848.441	37.589.788
<b>ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO</b>		
Flujo de operación	28.627.766	57.486.703
Flujo de Inversión	(22.193.349)	(38.889.708)
Flujo de financiamiento	3.911.735	(41.768)
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	(20.057.831)	(11.644.764)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	26.294.380	19.383.917
<b>Saldo Efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>16.582.701</b>	<b>26.294.380</b>

**ANDINA EMPAQUES ARGENTINA S.A.**

	2023 (M\$)	2022 (M\$)
<b>ESTADO DE SITUACION FINANCIERA</b>		
<b>Activos</b>		
Activos corrientes	9.149.013	16.481.794
Activos no corrientes	9.397.856	11.897.459
<b>Total activos</b>	<b>18.546.869</b>	<b>28.379.253</b>
<b>Pasivos</b>		
Pasivos corrientes	4.907.443	6.679.478
Pasivos no corrientes	561.677	915.427
<b>Total Pasivos</b>	<b>5.469.120</b>	<b>7.594.905</b>
<b>Patrimonio</b>		
Capital	2.472.553	2.472.553
Reservas	(4.586.655)	1.731.912
Ganancias Acumuladas	15.191.851	16.579.883
<b>Total Patrimonio</b>	<b>13.077.749</b>	<b>20.784.348</b>
<b>ESTADOS DE RESULTADOS</b>		
Resultado operacional	7.355.054	8.566.356
Resultado no operacional	(8.074.702)	(7.403.256)
<b>Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto</b>	<b>(719.648)</b>	<b>1.163.100</b>
Gasto (Ingreso) por Impuesto a las Ganancias	(668.384)	(1.188.196)
Ganancia (Pérdida)	(1.388.032)	(25.096)
<b>ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO</b>		
Flujo de operación	3.702.349	2.675.714
Flujo de Inversión	(2.228.164)	(1.589.561)
Flujo de financiamiento	0	0
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	(2.342.275)	(1.321.611)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	2.977.610	3.213.068
<b>Saldo Efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>2.109.520</b>	<b>2.977.610</b>

**TRANSPORTES POLAR S.A.**

	2023 (M\$)	2022 (M\$)
<b>ESTADO DE SITUACION FINANCIERA</b>		
<b>Activos</b>		
Activos corrientes	8.264.102	7.533.502
Activos no corrientes	9.076.514	7.350.176
<b>Total activos</b>	<b>17.340.616</b>	<b>14.883.678</b>
<b>Pasivos</b>		
Pasivos corrientes	7.688.036	6.990.804
Pasivos no corrientes	3.148.022	1.722.007
<b>Total Pasivos</b>	<b>10.836.058</b>	<b>8.712.811</b>
<b>Patrimonio</b>		
Capital	1.619.315	1.619.315
Reservas	4.040.195	4.232.666
Ganancias Acumuladas	845.048	318.886
<b>Total Patrimonio</b>	<b>6.504.558</b>	<b>6.170.867</b>
<b>ESTADOS DE RESULTADOS</b>		
Resultado operacional	10.719.499	10.590.624
Resultado no operacional	(989.068)	(2.128.837)
<b>Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto</b>	<b>9.730.431</b>	<b>8.461.787</b>
Gasto (Ingreso) por Impuesto a las Ganancias	(2.645.881)	(1.364.595)
Ganancia (Pérdida)	7.084.550	7.097.192
<b>ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO</b>		
Flujo de operación	10.914.550	3.961.181
Flujo de Inversión	(8.860.985)	(3.858.772)
Flujo de financiamiento	(2.053.762)	(102.061)
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	(113)	0
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	903	555
<b>Saldo Efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>593</b>	<b>903</b>

**RE-CICLAR S.A.**

	2023 (M\$)	2022 (M\$)
<b>ESTADO DE SITUACION FINANCIERA</b>		
<b>Activos</b>		
Activos corrientes	6.613.813	7.746.698
Activos no corrientes	26.500.107	12.476.145
<b>Total activos</b>	<b>33.113.920</b>	<b>20.222.843</b>
<b>Pasivos</b>		
Pasivos corrientes	1.596.354	569.435
Pasivos no corrientes	9.403.691	9.179.977
<b>Total Pasivos</b>	<b>11.000.045</b>	<b>9.749.412</b>
<b>Patrimonio</b>		
Capital	21.000.000	10.700.000
Reservas	0	0
Ganancias Acumuladas	1.113.875	(226.569)
<b>Total Patrimonio</b>	<b>22.113.875</b>	<b>10.473.431</b>
<b>ESTADOS DE RESULTADOS</b>		
Resultado operacional	(383.942)	(72.923)
Resultado no operacional	1.047.392	(313.841)
<b>Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto</b>	<b>663.450</b>	<b>(386.764)</b>
Gasto (Ingreso) por Impuesto a las Ganancias	(26.879)	0
Ganancia (Pérdida)	636.571	(386.764)
<b>ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO</b>		
Flujo de operación	(1.227.541)	310.593
Flujo de Inversión	(13.050.113)	(6.567.829)
Flujo de financiamiento	9.705.507	12.274.732
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	0	0
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	7.432.354	1.414.858
<b>Saldo Efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>2.860.207</b>	<b>7.432.354</b>

**PARAGUAY REFRESCOS S.A.**

	2023 (M\$)	2022 (M\$)
<b>ESTADO DE SITUACION FINANCIERA</b>		
<b>Activos</b>		
Activos corrientes	81.710.657	72.297.644
Activos no corrientes	277.112.895	269.314.097
<b>Total activos</b>	<b>358.823.552</b>	<b>341.611.741</b>
<b>Pasivos</b>		
Pasivos corrientes	44.297.696	40.454.954
Pasivos no corrientes	18.552.180	16.451.513
<b>Total Pasivos</b>	<b>62.849.876</b>	<b>56.906.467</b>
<b>Patrimonio</b>		
Capital	9.904.604	9.904.604
Reservas	164.927.760	156.883.356
Ganancias Acumuladas	121.141.312	117.917.314
<b>Total Patrimonio</b>	<b>295.973.676</b>	<b>284.705.274</b>
<b>ESTADOS DE RESULTADOS</b>		
Resultado operacional	55.775.158	50.579.364
Resultado no operacional	(2.588.230)	828.634
<b>Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto</b>	<b>53.186.928</b>	<b>51.407.998</b>
Gasto (Ingreso) por Impuesto a las Ganancias	(6.003.229)	(5.853.395)
Ganancia (Pérdida)	47.183.699	45.554.603
<b>ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO</b>		
Flujo de operación	18.256.542	24.568.062
Flujo de Inversión	(19.936.603)	(18.135.556)
Flujo de financiamiento	0	(462.602)
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	(165.121)	(1.507.161)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	41.294.709	36.831.966
<b>Saldo Efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>39.449.527</b>	<b>41.294.709</b>

**RED DE TRANSPORTES COMERCIALES LTDA.**

	2023 (M\$)	2022 (M\$)
<b>ESTADO DE SITUACION FINANCIERA</b>		
<b>Activos</b>		
Activos corrientes	6.130.985	5.594.525
Activos no corrientes	1.315.052	1.910.446
<b>Total activos</b>	<b>7.446.037</b>	<b>7.504.971</b>
<b>Pasivos</b>		
Pasivos corrientes	4.225.097	4.445.516
Pasivos no corrientes	524.166	860.324
<b>Total Pasivos</b>	<b>4.749.263</b>	<b>5.305.840</b>
<b>Patrimonio</b>		
Capital	2.200.313	2.200.313
Reservas	(104.565)	0
Ganancias Acumuladas	601.026	(1.182)
<b>Total Patrimonio</b>	<b>2.696.774</b>	<b>2.199.131</b>
<b>ESTADOS DE RESULTADOS</b>		
Resultado operacional	936.260	(263.220)
Resultado no operacional	(127.729)	(276.721)
<b>Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto</b>	<b>808.531</b>	<b>(539.941)</b>
Gasto (Ingreso) por Impuesto a las Ganancias	(206.323)	115.266
Ganancia (Pérdida)	602.208	(424.675)
<b>ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO</b>		
Flujo de operación	137.356	(413.899)
Flujo de Inversión	(39.679)	(22.947)
Flujo de financiamiento	0	0
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	0	0
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	865.717	1.302.563
<b>Saldo Efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>963.394</b>	<b>865.717</b>





# ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

CMF 11



**SE ENCUENTRAN DISPONIBLES EN:**





9

Indicadores  
ASG y  
estándares



# MATRIZ DE IMPACTO Y MATERIALIDAD

GRI 2-25, 3-3

CATEGORÍA	TEMA MATERIAL	IMPACTO	CARÁCTER DEL IMPACTO	REAL / POTENCIAL	DIRECTO / INDIRECTO	ÁMBITO DE IMPACTO ASG	PROCESO DE LA CADENA DE VALOR													
							Gobierno corporativo	Gestión de personas	Tecnología e innovación	Marketing y venta	Proveedores de materias primas y servicios	Producción y embotellado	Distribución	Venta	Consumo	Reciclado	Comunidad			
<b>Liderazgo sostenible:</b> Nuestro sistema y gestión del Gobierno Corporativo se convierten en una pieza esencial para crear valor no solo para los accionistas, sino para todos nuestros grupos de interés. Este tema es la base sobre la cual se construye la cultura organizacional que permite el buen accionar.	Liderazgo de mercado, crecimiento y control de costos	Operación eficiente en costos y recursos	+	R	D	G			●			●	●	●						
	Contexto geopolítico de los países y los mercados	Incertidumbres geopolíticas en los mercados donde se opera	-	P	I	G	●			●	●	●	●	●	●	●				
	Estrategia sostenible y la mirada ESG en el negocio	Negocio responsable y creación de valor sostenible	+	R	D	G	●	●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	
	Cumplimiento regulatorio y ética empresarial	Cumplimiento regulatorio, política de anticorrupción y libre competencia y adaptación a cambios en la regulación	+	R	D	G	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
	Transformación digital e innovación	Incorporación de la innovación y nuevas tecnologías para una operación más eficiente	+	R	D	G			●		●	●	●							
<b>Mirada circular:</b> Estamos comprometidos en gestionar iniciativas y proyectos que nos permitan continuar reduciendo el impacto del empaque en el medioambiente. El envase retornable y el cuidado del medioambiente, son el núcleo de nuestra estrategia de empaque, junto con la recolección, el reciclaje y la reducción.	Retornabilidad, economía circular y packaging	Circularidad, recuperación, retornabilidad y gestión del ciclo de vida de los envases	+	R	D	A						●	●		●	●	●	●		
	Gestión de residuos y uso responsable de recursos	Uso de materiales de empaque puede tener un impacto negativo en el medio ambiente, especialmente si no se gestionan adecuadamente en la fase del final de la vida útil.	-	R	D	A						●	●		●	●	●	●		
		Diseño de envases eficiente puede reducir el impacto ambiental y generar ahorros de costos.	+	R	D	A						●	●		●	●	●	●		
		Generación de residuos en la operación	-	R	D	A						●	●		●	●	●	●		
<b>Conciencia hídrica:</b> En Coca-Cola Andina estamos conscientes y somos cuidadosos en el uso de este recurso. Procuramos reducir nuestro consumo de agua de forma continua y permanente y proteger las fuentes de agua locales para las generaciones futuras.	Gestión de agua y escasez hídrica	Consumo de agua dulce (para el consumo humano), incluye consumo de agua en zonas de estrés hídrico	-	R	D	A						●	●					●		
		Reutilización y recirculación de agua en los procesos productivos: Mejorar la gestión del agua a través de eficiencia, reciclaje y eliminación adecuada puede reducir costos operativos.	+	R	D	A			●										●	
		Descarga de efluentes: El tratamiento inadecuado de las aguas residuales puede generar impactos negativos en el medio ambiente y afectar la reputación de la entidad.	-	P	D	A								●						●
		Programas de acceso seguro al agua en las comunidades	+	R	D	S							●	●						●
<b>Acción por el clima:</b> Realizamos acciones para disminuir las emisiones de GEI y gestionar la huella de carbono en toda la cadena de valor.	Cambio climático y emisiones	Generación de emisiones directas de gases de efecto invernadero (GEI) de Alcance 1	-	R	D	A							●	●	●				●	
		Eficiencias en el uso de combustible: Reduce costos y mitiga la exposición a la volatilidad de los precios de los combustibles fósiles.	+	R	D	A									●	●				●
		Uso de combustibles fósiles en vehículos y refrigeración: Puede aumentar la dependencia de recursos no renovables y contribuir al cambio climático.	-	R	D	A									●	●	●			●
	Promoción de la transición energética y uso de energías renovables	Consumo significativo de energía: La alta demanda de energía en las instalaciones de fabricación, centros de distribución y almacenes genera impactos ambientales negativos, incluido el cambio climático y la contaminación.	-	R	D	A								●	●	●	●			
<b>Equipo diverso, seguro y comprometido:</b> En Coca-Cola Andina buscamos aportar a nuestros colaboradores el mejor lugar para trabajar, convencidos de que la felicidad laboral es fundamental para el desarrollo de nuestras actividades, el bienestar de nuestra gente, el crecimiento económico y el éxito de la organización.	Bienestar, beneficios y clima laboral	Promoción del propósito, gestión de la cultura y clima laboral sano	+	R	D	S		●					●	●	●					
	Promoción de la diversidad, equidad de género e inclusión	Promoción de la diversidad, gestión de la inclusión y compensación equitativa en todos los niveles	+	R	D	S		●					●	●	●					
	Salud y seguridad de colaboradores	Cumplimiento y promoción de la seguridad de nuestros colaboradores	+	R	D	S		●					●	●	●					
	Relaciones laborales y con sindicatos	Relaciones laborales transparentes y negociación colectiva	+	R	D	S		●												
	Atracción, retención y desarrollo de talentos	Desarrollo de colaboradores, atracción de nuevos talentos y retención del talento interno	+	R	D	S		●												

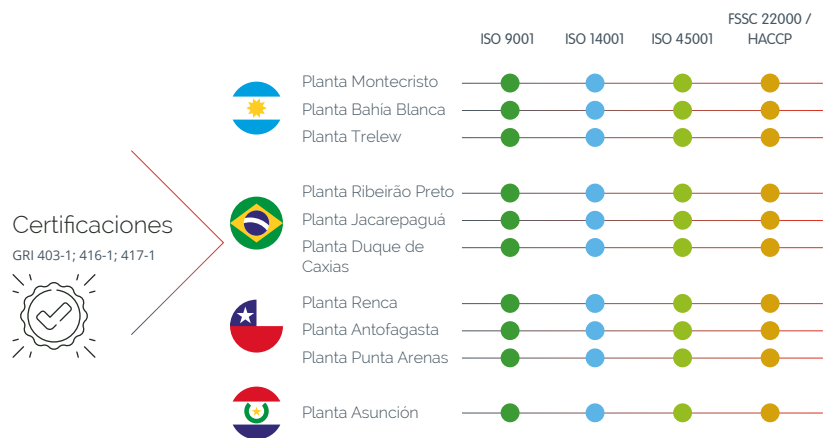
CATEGORÍA	TEMA MATERIAL	IMPACTO	CARÁCTER DEL IMPACTO	REAL / POTENCIAL	DIRECTO / INDIRECTO	ÁMBITO DE IMPACTO ASG	PROCESO DE LA CADENA DE VALOR														
							Gobierno corporativo	Gestión de personas	Tecnología e innovación	Marketing y venta	Proveedores de materias primas y servicios	Producción y embotellado	Distribución	Venta	Consumo	Reciclado	Comunidad				
<b>Portafolio, calidad y nutrición:</b> Trabajamos para ampliar nuestro portafolio y ofrecer a los consumidores una variedad más amplia de bebidas de excelente sabor, incluidas más opciones de bajo contenido de azúcar o sin azúcar y realizando reformulaciones de nuestros productos.	Amplitud de portafolio y estrategia de valor	Desarrollo de productos con valor nutricional mejorado: Oportunidades para desarrollar productos con valor nutricional mejorado y satisfacer la demanda de consumidores.	+	R	D	S						●	●		●	●		●			
	Nutrición y estilos de vida saludables	Salud y nutrición de los productos, incluye bebidas con menor cantidad de azúcar y más saludables.	Salud y nutrición de los productos, incluye bebidas con menor cantidad de azúcar y más saludables.	+	R	D	S						●	●		●	●		●		
		Cambios en las percepciones de los consumidores sobre los impactos en la salud y los productos de la industria, lo que podría llevar a cambios en las decisiones de compra.	Cambios en las percepciones de los consumidores sobre los impactos en la salud y los productos de la industria, lo que podría llevar a cambios en las decisiones de compra.	-	P	I	S						●	●		●	●		●		
		Regulaciones e impuestos por productos altos en azúcar: Los esfuerzos para reducir la obesidad a través de regulaciones o impuestos sobre bebidas azucaradas pueden afectar la rentabilidad de la industria y la demanda de sus productos en el futuro.	Regulaciones e impuestos por productos altos en azúcar: Los esfuerzos para reducir la obesidad a través de regulaciones o impuestos sobre bebidas azucaradas pueden afectar la rentabilidad de la industria y la demanda de sus productos en el futuro.	-	P	D	G							●	●		●	●		●	
	Salud y seguridad de los productos	Preocupaciones sobre otros ingredientes de uso común: El potencial de efectos adversos para la salud relacionados con edulcorantes artificiales y otros ingredientes puede plantear inquietudes adicionales y aumentar la posibilidad de enfrentar litigios o regulaciones.	Preocupaciones sobre otros ingredientes de uso común: El potencial de efectos adversos para la salud relacionados con edulcorantes artificiales y otros ingredientes puede plantear inquietudes adicionales y aumentar la posibilidad de enfrentar litigios o regulaciones.	-	P	D	G							●	●		●	●		●	
		Calidad, seguridad y excelencia de los productos	Calidad, seguridad y excelencia de los productos	+	R	D	S							●	●		●	●		●	
<b>Gestión de la cadena de suministro:</b> Junto con TCCC, trabajamos en colaboración con nuestros proveedores para respetar y proteger los derechos humanos de todos quienes trabajan en nuestra cadena de suministro. Contamos con un código de conducta de proveedores y procuramos garantizar que nuestros proveedores lo respeten y tengan un impacto positivo en los países donde operamos.	Abastecimiento responsable (gestión cadena suministro)	Impactos ambientales y sociales de la cadena de suministro de ingredientes	-			A							●					●			
		Interrupción de la cadena de suministro: La interrupción de la cadena de suministro puede reducir los ingresos y afectar negativamente la participación de mercado si no se encuentran alternativas para proveedores importantes	Interrupción de la cadena de suministro: La interrupción de la cadena de suministro puede reducir los ingresos y afectar negativamente la participación de mercado si no se encuentran alternativas para proveedores importantes	-	P	I	G							●							
		Interrupciones del suministro: La exposición a factores de escasez de recursos puede resultar en interrupciones del suministro, lo que afecta la capacidad de la entidad para operar de manera eficiente y satisfacer la demanda del mercado.	Interrupciones del suministro: La exposición a factores de escasez de recursos puede resultar en interrupciones del suministro, lo que afecta la capacidad de la entidad para operar de manera eficiente y satisfacer la demanda del mercado.	-	P	I	S	●						●							
		Riesgos de escasez de insumos: El cambio climático, la escasez de agua y las restricciones del uso de la tierra pueden presentar riesgos para la capacidad a largo plazo de la entidad para obtener ingredientes esenciales.	Riesgos de escasez de insumos: El cambio climático, la escasez de agua y las restricciones del uso de la tierra pueden presentar riesgos para la capacidad a largo plazo de la entidad para obtener ingredientes esenciales.	-	P	I	S	●						●							
		Volatilidad de precios: La fluctuación de precios debido a la disponibilidad del suministro, afectada por factores como el cambio climático y la escasez de recursos, puede afectar negativamente la rentabilidad de la entidad.	Volatilidad de precios: La fluctuación de precios debido a la disponibilidad del suministro, afectada por factores como el cambio climático y la escasez de recursos, puede afectar negativamente la rentabilidad de la entidad.	-	P	I	S	●						●							
		Derechos humanos en la cadena de abastecimiento: Problemas relacionados con prácticas laborales, responsabilidad ambiental, ética o corrupción de los proveedores pueden afectar negativamente la reputación de la entidad y disminuir la confianza del consumidor.	Derechos humanos en la cadena de abastecimiento: Problemas relacionados con prácticas laborales, responsabilidad ambiental, ética o corrupción de los proveedores pueden afectar negativamente la reputación de la entidad y disminuir la confianza del consumidor.	-	P	I	S	●						●						●	
<b>Cercanía con nuestros clientes:</b> La cercanía con nuestros clientes nos permite lograr su desarrollo constante y alcanzar los más altos niveles de servicio. Medimos y gestionamos las variables que impactan en su satisfacción, atendemos sus preocupaciones y requerimientos y realizamos innovaciones especialmente en materia de digitalización.	Relación y satisfacción de clientes	Mayor transparencia en el etiquetado: Responder a la demanda de los consumidores de una mayor transparencia en el etiquetado puede generar confianza y lealtad hacia la marca.	+	R	D	S						●				●	●		●		
		Cumplimiento de regulaciones de etiquetado: Cumplir con las regulaciones de etiquetado puede evitar sanciones o litigios y mantener una buena reputación entre los reguladores y consumidores.	Cumplimiento de regulaciones de etiquetado: Cumplir con las regulaciones de etiquetado puede evitar sanciones o litigios y mantener una buena reputación entre los reguladores y consumidores.	+	R	D	S							●				●	●		●
		Nivel de servicio y satisfacción de clientes	Nivel de servicio y satisfacción de clientes	+	R	D	G							●				●			
		Canales de venta y cobertura geográfica	Canales de venta y cobertura geográfica	+	R	D	G										●	●		●	
		Innovación. Digitalización. Impulso del e-commerce	Innovación. Digitalización. Impulso del e-commerce	+	R	D	G			●		●				●					
<b>Conexión con las comunidades:</b> En Coca-Cola Andina asumimos esa responsabilidad, desarrollando programas de relacionamiento con nuestras comunidades cercanas que nos permiten generar un impacto real en la calidad de vida de las personas.	Desarrollo económico, empleo y emprendimientos locales	Desarrollo económico y social de las comunidades locales	+	R	I	S	●							●			●		●		
		Contratación local	+	R	D	S		●					●	●					●		
	Relación con las comunidades, donaciones y alianzas público-privadas	Relacionamiento territorial y diálogo con las comunidades	+	R	D	S	●							●					●		

+: IMPACTOS POSITIVOS / -: IMPACTOS NEGATIVOS  
G: ÁMBITOS DE GOBERNANZA / S: ÁMBITOS SOCIALES / A: ÁMBITOS AMBIENTALES



# TABLAS E INDICADORES DE IMPACTO ASG

## MERCADO & PORTAFOLIO



Calidad: ISO 9001 / Medioambiente: ISO 14001 / Salud y Seguridad: ISO 45001 / Inocuidad de los alimentos: FSSC 22000 / HACCP

### Vida útil de los activos

CMF 4.1

Activos	Rango de años
Edificios	15-80
Plantas y equipos	5-20
Instalaciones fijas y accesorias	10-50
Muebles y útiles	4-5
Vehículos	4-10
Equipamiento de tecnologías de la información	3-5
Otras propiedades, planta y equipo	3-10
Envases y cajas	1-8

### Litros de bebida producidos

[m<sup>3</sup>]

	2020	2021	2022	2023
Argentina	931.243.174	1.031.566.871	1.146.146.475	1.153.476.348
Brasil	1.347.586.469	1.366.493.262	1.538.195.587	1.639.011.236
Chile*	944.489.736	1.032.501.289	1.009.880.533	996.204.518
Paraguay	370.194.120	392.308.400	420.158.669	435.636.937
<b>Total Principales Filiales</b>	<b>3.593.513.499</b>	<b>3.822.869.822</b>	<b>4.114.381.264</b>	<b>4.224.329.040</b>

\* Solo Andina Chile

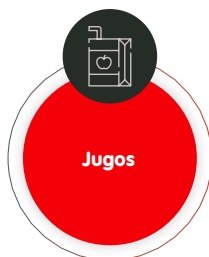
## MARCAS Y MERCADOS

CMF 6.2.I, 6.2.V



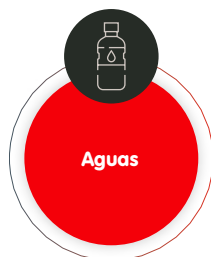
### Gaseosas

- ◀ Cantarina
- ◀ Coca-Cola
- ◀ Coca-Cola Light
- ◀ Coca-Cola Plus Café
- ◀ Coca-Cola Zero/Sin azúcar
- ◀ Crush Light/Zero/Sin azúcar
- ◀ Fanta
- ◀ Fanta Zero/Sin azúcar
- ◀ Inca Kola
- ◀ Inca Kola Zero
- ◀ Kuat
- ◀ Nordic
- ◀ Nordic Agua Tónica
- ◀ Nordic Zero
- ◀ Quatro Light/Liviana/Zero/Sin azúcar
- ◀ Schweppes
- ◀ Schweppes Light/Zero/Sin azúcar
- ◀ Schweppes Tónica
- ◀ Schweppes Tónica Light
- ◀ Sprite
- ◀ Sprite Zero/Sin azúcar



### Jugos

- ◀ Andina Del Valle
- ◀ Andina Del Valle Light
- ◀ Andina Del Valle Fresh
- ◀ Cepita
- ◀ Cepita Fresh
- ◀ Cepita Nutridefensas
- ◀ Del Valle 100%
- ◀ Del Valle Fresh
- ◀ Del Valle Frut
- ◀ Del Valle Mais
- ◀ Del Valle Mais Light
- ◀ Frugos Light/Sin azúcar/0%
- ◀ Guallarauco Aloe Vera
- ◀ Guallarauco Jugo
- ◀ Guallarauco Limonada
- ◀ Guallarauco Néctar
- ◀ Kapo



### Aguas

- ◀ Aquarius
- ◀ Aquarius Zero
- ◀ Gasificada
- ◀ Benedictino
- ◀ Benedictino Sabores
- ◀ Bonaqua Con Gas
- ◀ Bonaqua Sin Gas
- ◀ Crystal
- ◀ Dasani
- ◀ Glaceau Vitamin Water
- ◀ Guallarauco Agua de Fruta
- ◀ Vital



### Otras bebidas no alcohólicas

- ◀ AdeS Frutales
- ◀ AdeS Leches
- ◀ Burn
- ◀ Fastlyte
- ◀ Guaraná Power
- ◀ Ig Isotónico
- ◀ Leão Ice Tea
- ◀ Leão Ice Tea Light/Zero/Sin azúcar
- ◀ Matte Leão
- ◀ Matte Leão Zero
- ◀ Monster
- ◀ Monster Zero/Light/Sin azúcar
- ◀ Powerade
- ◀ Powerade Zero/Light/Sin azúcar
- ◀ Reign



En Argentina, y durante el año 2023, se comercializaron algunas marcas de cervezas como Amstel, Heineken, Sol, Imperial, Palermo, Schneider, Kunstmann, Isenbeck, Miller, Blue Moon, Grolsch, Warsteiner, Iguana, Salta Cautiva y Santa Fe, entre otras.; Vinos y Espumantes de las marcas Alaris, Alma Mora, Colección Privada, Dadá, Dolores, Don David, El Bautismo, Elementos, Fair for Life, Finca Las Moras, Fond de Cave, Los Árboles, Los Intocables, Navarro Correas, Paz, San Telmo, Suter, Termidor, Trapiche, Blend de Extremos, El Esteco, El Que Rie Último Rie Mejor, Finca Notables, Iscay Syrah, La Mascota, Medalla, Origen, Unánime; Licores de las marcas Baileys, Gin Tanqueray, Vodka Smirnoff, Whisky J&B, Whisky Johnnie Walker, Whisky Old Parr, Whisky Vat-69, Whisky White Horse, Leguí, y otros productos alcohólicos de las marcas Schweppes, Frizze, Smirnoff ICE.



En Brasil distribuimos cervezas de las marcas Bavaria, Heineken, Kaiser, Sol, Therezópolis, Estrella Galicia, Eisenbahn, Tiger; Licores de las marcas Aperol, Bulldog, Campari, Cinzano, Cynar, Dreher, Drury'S, Old Eight, Sagatiba, Skyy, Bickens, Espolon, Frangelico, Wild Turkey; Vinos y Espumantes de la marca Liebfraulmilch, y otros productos alcohólicos de las marcas Schweppes, Jack Daniels & Coca-Cola, Lemon-Dou.



En Chile distribuimos cervezas de las marcas Budweiser, Corona/Coronita/Corona Light, Imperial, Stella Artois, Becker, Becks, Cusqueña, Báltica, Kilómetro 24,7, Quilmes, Bud light, Michelob Ultra, Modelo, Pilsen del Sur, Malta del Sur, Leffe, Goose Island, Hoegaarden, Baltica; también distribuimos Baileys, Bourbon Bulleit, Gin Tanqueray, Ron Cacique, Ron Pampero, Ron Zacapa, Sheridan's, Tequila Don Julio, Vodka Ciroc, Vodka Smirnoff, Whisky Bell's, Whisky Buchanan's, Whisky J&B, Whisky Johnnie Walker, Whisky Old Parr, Whisky Sandy Mac, Whisky Singleton, Whisky Vat-69, Whisky White Horse, Pisco Monte Fraile, Pisco Hacienda La Torre, Pisco Alto del Carmen/Alto del Carmen Ice, Pisco Capel/Capel Ice, Pisco Brujas de Salamanca, Pisco Artesanos del Cochiguaz, Ron Maddero, Gin Gordon, Lepac, Estrella del Elqui. Además, distribuimos Vinos y Espumantes de las marcas Prologo Late Harvest, Vino Grosso, Espumante Francisco de Aguirre, Espumante Sensus, Espumante Myla, 120, Amaranta/Amaranta Spritz, Bodega Uno, Cabernario, Carmen, Casa Real, Cavanza, Doña Paula, Floresta, Hermanos Carrera, Heroes, Invictas, Los Cardos, Medalla Real, Rita, Sangria Guay, Santa Rita, Stellar-Ice, Terra Andina, Pkdor, Bougainville, Cigar Box, Pewen, Secret Reserve, Triple C, y otros productos alcohólicos de las marcas Sour Inca de Oro, Jack Daniels & Coca-Cola.



En Paraguay distribuimos cervezas de las marcas Budweiser, Corona/Coronita/Corona Light, Brahma, Ouro Fino, Patagonia Amber, Pilsen, SKOL. Además, distribuimos otros productos alcohólicos de la marca Mikes.

## SEGMENTOS BAJOS EN AZÚCAR Y AGREGADOS NUTRICIONALES

Kilocalorías/litro de  
bebida vendida  
(Sobre volumen NARTD  
vendido)  
GRI 417-1

	2020	2021	2022	2023
Andina Argentina	315,4	295,6	282,0	274,4
Andina Brasil	320,5	309,4	260,6	258,4
Andina Chile	218,3	209,0	184,7	180,7
Andina Paraguay	333,3	322,6	310,0	305,8
<b>Total Coca-Cola Andina</b>	<b>287,6</b>	<b>275,0</b>	<b>247,8</b>	<b>244,1</b>

## CALIDAD Y EXCELENCIA: ANÁLISIS SENSORIAL

Análisis Sensorial:  
Cantidad de  
panelistas  
capacitados  
(cantidad/año)

	2020	2021	2022	2023
Argentina	171	108	139	116
Brasil	105	108	93	113
Chile	133	136	156	167
Paraguay	70	70	78	77
<b>Total Coca-Cola Andina</b>	<b>479</b>	<b>422</b>	<b>466</b>	<b>473</b>

Ingresos por  
categorías  
(MMUS\$)  
SASB FB-NB-260A.1

	2020	2021	2022	2023
Ingresos por bebidas sin calorías y bajas en calorías	629	729	840	984
Ingresos por bebidas sin azúcar añadida	93	122	144	174
Ingresos por bebidas endulzadas artificialmente	329	407	467	531

Análisis Sensorial:  
Porcentaje productos  
testeados  
(% de productos/año)  
GRI 416-1

	2020	2021	2022	2023
Argentina	100%	100%	100%	100%
Brasil	100%	100%	100%	100%
Chile	100%	100%	100%	100%
Paraguay	100%	100%	100%	100%
<b>Total Coca-Cola Andina</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Productos  
reformulados  
% Volumen de venta de  
productos reformulados que  
impliquen reducción de azúcar

	2020	2021	2022	2023
Andina Argentina	5,9%	1,7%	28,9%	0,0%
Andina Brasil	3,7%	6,3%	0,3%	1,5%
Andina Chile	5,0%	8,7%	7,8%	0,0%
Andina Paraguay	1,0%	4,8%	2,0%	2,7%

Productos  
reformulados  
% Volumen de venta de  
productos reformulados por  
otros motivos\* (sin incluir  
reducción de azúcar)

	2020	2021	2022	2023
Andina Argentina	0,7%	0,0%	0,0%	11,7%
Andina Brasil	0,0%	0,0%	0,4%	2,7%
Andina Chile	11,0%	12,5%	0,1%	0,4%
Andina Paraguay	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

\*Agregados nutricionales y jugos de fruta, entre otros.

## DESARROLLO DE CLIENTES

## Cantidad de clientes

miles clientes/año  
CMF 6.2.IV

Ningún cliente por sí solo  
representa más del 10% de las  
ventas efectuadas.

Considera clientes atendidos de forma  
directa.

	2020	2021	2022	2023
Andina Argentina	65	66	68	66
Andina Brasil	87	87	84	85
Andina Chile	64	67	70	68
Andina Paraguay	43	49	52	53
<b>Total Coca-Cola Andina</b>	<b>259</b>	<b>269</b>	<b>274</b>	<b>273</b>

Tasa de reclamos del  
consumidor

(Total de reclamos  
operacionales x 1.000.000/  
Botellas vendidas)

GRI 2-25

	2020	2021	2022	2023
Andina Argentina	3,9	3,2	2,3	2,5
Andina Brasil	4,6	3,4	2,5	2,9
Andina Chile	8,5	5,6	5,5	6,2
Andina Paraguay	0,5	0,4	0,4	0,4
<b>Total Coca-Cola Andina</b>	<b>5,3</b>	<b>3,9</b>	<b>3,5</b>	<b>3,8</b>

Porcentaje de  
atención al cliente via  
call-center

	2020	2021	2022	2023
Reclamos	4,3%	6,2%	9,5%	6,1%
Pedidos (ventas)	52,1%	37,3%	32,0%	24,2%
Solicitudes (servicios, visitas, etc.)	17,4%	15,9%	21,3%	17,7%
Consultas	26,2%	40,5%	37,3%	52,0%
<b>Total de llamadas [# /año]</b>	<b>1.152.034</b>	<b>1.057.438</b>	<b>1.038.934</b>	<b>1.144.233</b>

Volumen de Ventas  
total

SASB FB-NB-000.A

(MM UC)

MM UC = Millones de Unit Cases  
(unidad de producto utilizada  
para medir volúmenes, equivale  
alrededor de 5,678 litros).

	2020				2021				2022				2023			
	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay
Gaseosas	145,2	205,5	153,8	55,1	157,4	204,3	168,6	57,6	169,8	224,5	166,1	59,9	162,3	238,1	160,8	62,2
Aguas	12,0	17,9	41,1	6,5	14,1	18,6	51,0	7,8	16,4	20,4	57,4	8,7	16,8	24,6	59,1	8,7
Jugos y otros no alcohólicos	9,5	18,8	33,9	4,8	13,1	22,0	47,9	4,9	15,1	28,5	54,5	5,8	14,9	32,4	49,4	6,5
Cervezas y otros alcohólicos*	0,0	23,0	7,5	-	0,0	21,5	39,5	-	0,1	4,7	41,7	-	0,3	5,8	40,5	0,2
<b>Total</b>	<b>166,7</b>	<b>265,1</b>	<b>236,3</b>	<b>66,4</b>	<b>184,7</b>	<b>266,4</b>	<b>307,0</b>	<b>70,3</b>	<b>201,4</b>	<b>278,0</b>	<b>319,8</b>	<b>74,4</b>	<b>194,2</b>	<b>300,9</b>	<b>309,9</b>	<b>77,6</b>

\* En Argentina no se considera el volumen de cervezas vendido por cuenta y orden.  
Nota: Total Coca-Cola Andina 2023: 50,11 millones de hectolitros vendidos.





## Consumo Anual Per Cápita

Medido en cantidad de botellas de 237 cc/año.

	2020				2021				2022				2023			
	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay
Gaseosas	250,0	209,7	360,6	181,9	271,0	204,1	388,1	187,6	293,0	221,3	376,5	192,6	225,0	250,7	335,7	197,2
Aguas	19,0	18,1	88,0	21,3	24,0	18,0	107,5	25,3	28,0	18,7	116,4	28,0	23,0	22,9	111,1	27,7
Jugos y otros no alcohólicos	16,0	16,7	48,7	16,2	23,0	18,1	65,0	16,1	26,0	19,7	70,7	18,5	20,0	23,0	58,1	20,5
Cervezas y otros alcohólicos	71,0	23,4	18,1	-	73,0	21,5	94,1	-	68,0	4,5	98,6	-	19,0	5,5	88,3	0,6
<b>Total</b>	<b>356,0</b>	<b>267,9</b>	<b>515,3</b>	<b>219,4</b>	<b>391,0</b>	<b>261,7</b>	<b>654,8</b>	<b>228,9</b>	<b>415,0</b>	<b>264,2</b>	<b>662,2</b>	<b>239,1</b>	<b>287,0</b>	<b>302,1</b>	<b>593,2</b>	<b>246,0</b>

## Ventas de gaseosas por formato

[UC formato SSD/UC totales SSD]

	2020				2021				2022				2023			
	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay
No retornable familiar	37,7%	58,2%	40,7%	42,8%	39,6%	60,4%	44,2%	41,4%	43,8%	62,4%	42,8%	43,5%	46,5%	61,5%	40,9%	44,8%
Retornable familiar	54,1%	26,8%	44,5%	46,4%	50,1%	23,9%	37,7%	44,7%	43,8%	20,3%	35,7%	40,1%	40,8%	20,5%	38,0%	38,3%
No retornable individual	7,1%	12,0%	10,6%	8,3%	8,9%	12,3%	13,7%	11,0%	10,6%	13,7%	16,8%	13,4%	11,1%	14,3%	14,3%	13,8%
Retornable individual	0,6%	1,5%	2,4%	1,9%	0,7%	1,6%	2,7%	2,0%	0,6%	1,7%	2,9%	1,9%	0,7%	1,7%	3,1%	1,6%
Post Mix de SSD	0,5%	1,5%	1,8%	0,7%	0,8%	1,7%	1,8%	1,0%	1,2%	1,9%	1,8%	1,2%	1,1%	2,0%	3,7%	1,4%
<b>Mix Retornable SSD</b>	<b>54,7%</b>	<b>28,3%</b>	<b>47,0%</b>	<b>48,3%</b>	<b>50,8%</b>	<b>25,5%</b>	<b>40,4%</b>	<b>46,7%</b>	<b>44,4%</b>	<b>22,0%</b>	<b>38,6%</b>	<b>41,9%</b>	<b>41,4%</b>	<b>22,2%</b>	<b>41,1%</b>	<b>40,0%</b>

SSD = Sparkling Softdrinks o Gaseosas

## Ventas por Canal

[UC Canal/UC Totales]

	2020				2021				2022				2023			
	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay
Tradicional	36,5%	33,8%	54,0%	42,4%	34,3%	32,6%	49,8%	40,5%	34,9%	32,7%	46,4%	38,3%	33,0%	31,7%	46,1%	37,9%
Mayorista	36,3%	21,9%	11,5%	36,0%	33,4%	21,7%	13,5%	36,9%	32,1%	21,7%	12,9%	36,0%	27,9%	22,7%	11,4%	35,8%
Supermercados	23,1%	32,7%	24,5%	12,3%	26,7%	33,1%	26,3%	11,9%	26,2%	32,7%	28,2%	13,4%	32,3%	32,9%	29,5%	13,5%
On-premise	4,2%	11,7%	10,0%	9,3%	5,6%	12,6%	10,4%	10,7%	6,8%	13,0%	12,5%	12,3%	6,8%	12,7%	13,0%	12,8%

## Ventas de gaseosas por categoría

[UC categoría SSD/UC totales SSD]

	2020				2021				2022				2023			
	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay
Coca-Cola	65,3%	72,7%	55,4%	55,4%	65,5%	72,5%	55,7%	55,7%	65,1%	72,2%	55,0%	56,3%	64,6%	70,9%	55,5%	58,1%
Otros azucarados	18,0%	14,2%	16,2%	26,7%	17,7%	13,9%	15,6%	26,3%	18,4%	13,9%	14,8%	25,0%	18,7%	15,3%	13,7%	23,4%
Coca-Cola Sin Azúcar/Light	11,4%	6,9%	23,6%	2,9%	11,7%	7,4%	24,0%	3,2%	11,5%	8,4%	25,8%	3,5%	10,9%	9,8%	26,2%	3,5%
Otros Light	5,3%	6,3%	4,8%	15,0%	5,2%	6,3%	4,7%	14,7%	5,0%	5,5%	4,5%	15,2%	5,7%	4,1%	4,6%	15,0%

SSD = Sparkling Softdrinks o Gaseosas

## GESTIÓN DEL AGUA

## Extracción total de agua

[m<sup>3</sup>/año]

GRI 303-5 | SASB FB-NB-140A.1

No existe agua retenida en instalaciones de almacenamiento de agua o en embalses.

	2020	2021	2022	2023
Andina Argentina	2.168.179	2.154.593	2.297.134	2.412.991
Andina Brasil	1.867.946	1.893.388	2.116.134	2.250.136
Andina Chile	1.993.497	2.013.054	1.857.748	1.759.056
Andina Paraguay	668.740	698.928	761.713	832.875
<b>Principales filiales Coca-Cola Andina</b>	<b>6.698.362</b>	<b>6.759.963</b>	<b>7.032.728</b>	<b>7.255.057</b>
Otras filiales consolidadas*				855.720
<b>Total Coca-Cola Andina</b>				<b>8.110.777</b>

## Ratio de agua (WUR)

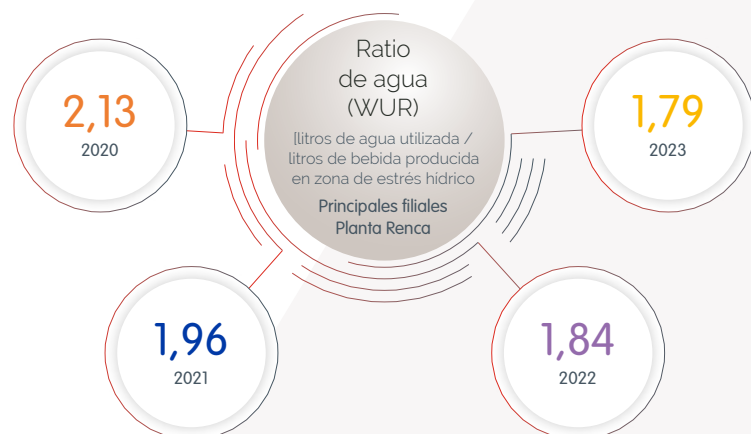
[litro agua/litro bebida producida]

GRI 303-5

Meta ratio de agua 2030 principales filiales Coca-Cola Andina es de 1,27.

	2020	2021	2022	2023
Andina Argentina	2,33	2,09	2,00	2,09
Andina Brasil	1,39	1,39	1,38	1,37
Andina Chile	2,11	1,95	1,84	1,77
Andina Paraguay	1,81	1,78	1,81	1,91
<b>Principales filiales Coca-Cola Andina</b>	<b>1,86</b>	<b>1,77</b>	<b>1,71</b>	<b>1,72</b>
Otras filiales consolidadas*				1,78
<b>Total Coca-Cola Andina</b>				<b>1,72</b>

\* Otras filiales consolidadas son Vital Jugos, Vital Aguas y Envases Central

Extracción total de agua [m<sup>3</sup>] en zona de estrés hídrico

GRI 303-5 | SASB FB-NB-140A.1

Dentro de las principales filiales, solo la planta productiva de Renca se encuentra en zona de estrés hídrico. La zona central de Chile es considerada de alto estrés hídrico y, por lo tanto, adherimos 3 plantas de otras filiales consolidadas que se encuentran situadas en esta región.

2.413.732

Total de agua extraída en zona de estrés hídrico (m<sup>3</sup>) 2023

29,8%

Porcentaje de extracción total de agua en zona de estrés hídrico

\* El porcentaje de extracción total de agua en zona de estrés hídrico de principales filiales es de 21,5%.

1.558.012

Agua extraída en zona de estrés hídrico por Principales filiales (Renca) (m<sup>3</sup>) 2023

855.720

Agua extraída en zona de estrés hídrico por Otras filiales consolidadas (m<sup>3</sup>) 2023

## Origen del agua

[m<sup>3</sup>/año]

GRI 303-3 | SASB FB-NB-140A.1

	Principales Filiales				Otras filiales consolidadas*	Total Coca-Cola Andina
	2020	2021	2022	2023	2023	2023
Subterránea	5.249.830	5.323.868	5.392.772	5.596.989	827.870	6.424.858
Red	978.097	1.081.408	1.160.137	1.195.047	27.851	1.222.898
Superficial	386.842	354.143	479.099	462.282	0	462.282
Lluvia	396	545	720	738	0	738
Otros	83.197	0	0	0	0	0
<b>Total agua utilizada</b>	<b>6.698.362</b>	<b>6.759.963</b>	<b>7.032.728</b>	<b>7.255.057</b>	<b>855.720</b>	<b>8.110.777</b>

## Origen del agua por operación

[m<sup>3</sup>/año]

GRI 303-3

	Andina Argentina	Andina Brasil	Andina Chile	Andina Paraguay	Principales filiales Coca-Cola Andina	Otras filiales consolidadas*	Total Coca-Cola Andina
Subterránea	2.311.830	923.740	1.528.544	832.875	5.596.989	827.870	6.424.858
Red	100.895	863.642	230.511	0	1.195.047	27.851	1.222.898
Superficial	0	462.282	0	0	462.282	0	462.282
Lluvia	266	473	0	0	738	0	738
<b>Total agua utilizada</b>	<b>2.412.991</b>	<b>2.250.136</b>	<b>1.759.056</b>	<b>832.875</b>	<b>7.255.057</b>	<b>855.720</b>	<b>8.110.777</b>

## Origen del agua en zona de estrés hídrico

[m<sup>3</sup>/año]

GRI 303-3 | SASB FB-NB-140A.1

	Principales Filiales				Otras filiales consolidadas*	Total Coca-Cola Andina
	2020	2021	2022	2023	2023	2023
Subterránea	1.657.203	1.736.339	1.594.815	1.528.544	827.870	2.356.414
Red	29.106	22.180	21.157	29.467	27.851	57.318
Superficial	0	0	0	0	0	0
Lluvia	0	0	0	0	0	0
<b>Total agua utilizada</b>	<b>1.686.309</b>	<b>1.758.519</b>	<b>1.615.971</b>	<b>1.558.012</b>	<b>855.720</b>	<b>2.413.732</b>

## Uso de agua en proceso productivo

[m<sup>3</sup>/año]

GRI 303-5

	Principales Filiales				Otras filiales consolidadas*	Total Coca-Cola Andina
	2020	2021	2022	2023	2023	2023
Bebida	3.593.513	3.822.870	4.114.381	4.224.329	481.239	4.705.568
Servicios auxiliares	3.104.848	2.937.094	2.918.347	3.030.728	374.481	3.405.208
<b>Total agua utilizada</b>	<b>6.698.362</b>	<b>6.759.963</b>	<b>7.032.728</b>	<b>7.255.057</b>	<b>855.720</b>	<b>8.110.777</b>

\* Otras filiales consolidadas son Vital Jugos, Vital Aguas y Envases Central.

Consumo total de  
agua  
[m<sup>3</sup>/año]  
SASB FB-NB-140A.1 | GRI 303-5

	2023
<b>Total consumo de agua (m<sup>3</sup>)</b>	<b>4.931.820</b>
Principales Filiales	4.398.692
Otras Filiales consolidadas	533.129
Zonas de estrés hídrico	1.434.713
<b>Porcentaje de consumo total de agua en zona de estrés hídrico*</b>	<b>29,1%</b>

\*El porcentaje de consumo total de agua en zona de estrés hídrico de principales filiales es de 20,5%.

Descarte de  
efluentes  
[m<sup>3</sup>/año]

	Principales Filiales				Otras filiales consolidadas*	Total Coca-Cola Andina
	2020	2021	2022	2023	2023	2023
Tratamiento propio	2.246.407	1.983.532	2.034.929	2.158.129	285.179	2.443.308
Tratamiento de terceros	939.393	875.135	744.367	698.236	37.413	735.648
<b>Total descarte de efluentes</b>	<b>3.185.800</b>	<b>2.858.667</b>	<b>2.779.296</b>	<b>2.856.365</b>	<b>322.592</b>	<b>3.178.956</b>

Descarte de  
efluentes según  
destino  
[m<sup>3</sup>/año]  
GRI 303-4

	Principales Filiales				Otras filiales consolidadas*	Total Coca-Cola Andina
	2020	2021	2022	2023	2023	2023
Subterránea	288.394	139.898	86.886	0	0	0
Superficie	2.589.415	1.412.843	478.657	1.267.885	0	1.267.885
Terceros	307.991	1.305.926	2.213.753	1.558.480	322.592	1.911.072
<b>Total descarte de efluentes</b>	<b>3.185.800</b>	<b>2.858.667</b>	<b>2.779.296</b>	<b>2.856.365</b>	<b>322.592</b>	<b>3.178.956</b>



Descarte de efluentes según categoría  
[m<sup>3</sup>/año]  
GRI 303-4

**3.178.956**  
Total descarte de efluentes

**1.341.029**

Agua dulce  
(total de sólidos disueltos < 1000 mg/l)

**1.837.928**

Otras aguas  
(total de sólidos disueltos > 1000 mg/l)



Descarte de efluentes según categoría  
[m<sup>3</sup>] en zona de estrés hídrico  
GRI 303-4

**979.018**  
Total descarte de efluentes

**979.018**

Agua dulce  
(total de sólidos disueltos < 1000 mg/l)

**0**

Otras aguas  
(total de sólidos disueltos > 1000 mg/l)

**656.427**

Principales filiales

**322.592**

Otras filiales consolidadas\*

\* Otras filiales consolidadas son Vital Jugos, Vital Aguas y Envases Central.



Vertido de aguas  
residuales en plantas  
de tratamiento  
propias  
[m<sup>3</sup>/año]

	2020	2021	2022	2023
Andina Argentina	1.330.246	1.077.157	1.190.393	1.267.416
Andina Brasil	496.159	510.280	416.095	407.479
Andina Chile	121.456	89.475	86.886	85.996
Andina Paraguay	298.546	306.620	341.554	397.238
<b>Principales filiales Coca-Cola Andina</b>	<b>2.246.407</b>	<b>1.983.532</b>	<b>2.034.929</b>	<b>2.158.129</b>
Otras filiales consolidadas*				285.179
<b>Total Coca-Cola Andina</b>				<b>2.443.308</b>

Vertido de aguas  
residuales en plantas  
de tratamiento de  
terceros  
[m<sup>3</sup>/año]

	2020	2021	2022	2023
Andina Argentina	40.046	39.307	43.188	41.809
Andina Brasil	0	0	0	0
Andina Chile	899.347	835.828	701.179	656.427
Andina Paraguay	0	0	0	0
<b>Principales filiales Coca-Cola Andina</b>	<b>939.393</b>	<b>875.135</b>	<b>744.367</b>	<b>698.236</b>
Otras filiales consolidadas*				37.413
<b>Total Coca-Cola Andina</b>				<b>735.648</b>



Vertido por nivel de tratamiento 2023  
[m<sup>3</sup>]

<b>3.178.956</b> Total Coca-Cola Andina	
<b>286.590</b> Primario	<b>1.956.905</b> Secundario
<b>935.461</b> Terciario	

Vertido por nivel de  
tratamiento  
[m<sup>3</sup>/año]

	Principales Filiales	Otras filiales consolidadas*	Total Coca-Cola Andina
	2023	2023	2023
Primario	249.178	37.413	286.590
Secundario	1.671.726	285.179	1.956.905
Terciario	935.461	0	935.461
<b>Total Coca-Cola Andina</b>	<b>2.856.365</b>	<b>322.592</b>	<b>3.178.956</b>

Reutilización de  
aguas  
[m<sup>3</sup>/año]

	2020	2021	2022	2023
Andina Argentina	133.357	184.118	243.543	289.543
Andina Brasil	83.197	119.382	498.776	600.732
Andina Chile	0	20.093	1.732	32.415
Andina Paraguay	299.245	432.896	309.504	320.918
<b>Principales filiales Coca-Cola Andina</b>	<b>515.799</b>	<b>756.489</b>	<b>1.053.554</b>	<b>1.243.608</b>
Otras filiales consolidadas*				115.846
<b>Total Coca-Cola Andina</b>				<b>1.359.454</b>

Reúso de agua de  
efluentes  
[m<sup>3</sup>/año]

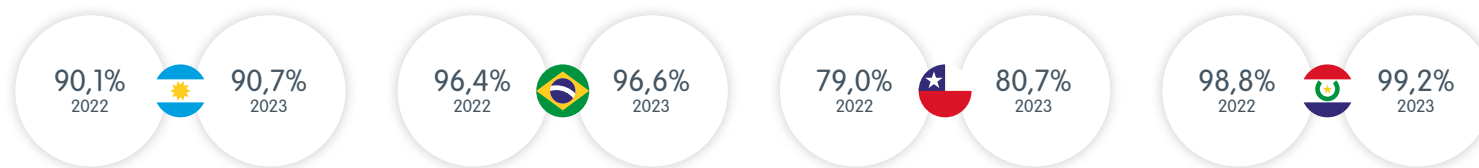
	2023
Andina Argentina	0
Andina Brasil	180.228
Andina Chile	32.415
Andina Paraguay	0
<b>Principales filiales Coca-Cola Andina</b>	<b>212.643</b>
Otras filiales consolidadas*	0
<b>Total Coca-Cola Andina</b>	<b>212.643</b>

\* Otras filiales consolidadas son Vital Jugos, Vital Aguas y Envases Central

## EMPAQUES

Participación de Mercado sobre Sparkling Soft Drinks (SSD) Retornables

Fuente: Informes publicados por A.C. Nielsen



## Envases plásticos

	Principales filiales				Otras filiales consolidadas*	Total Coca-Cola Andina
	2020	2021	2022	2023	2023	2023
Peso de todos los envases plásticos [Ton/año]	73.661	82.224	90.418	92.427	7.791	100.218
Porcentaje de envases plásticos reciclables [%/total]	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Porcentaje de contenido reciclado dentro de sus envases de plástico [%]	23,6%	27,5%	34,8%	46,0%	0,0%	42,4%

Nota: Todos los indicadores incluyen film, termocontraible, cajas, tapas y resina PET de botellas retornables y descartables. No incluye etiqueta.

## Resina reciclada PET OW [Ton]

	2020	2021	2022	2023
Andina Argentina	746	1.025	2.533	3.700
Andina Brasil	3.371	4.937	5.613	7.254
Andina Chile	0	0	0	0
Andina Paraguay	0	0	300	1.537
<b>Principales filiales Coca-Cola Andina</b>	<b>4.117</b>	<b>5.962</b>	<b>8.445</b>	<b>12.491</b>
Otras filiales consolidadas*				0
<b>Total Coca-Cola Andina</b>				<b>12.491</b>

## Resina reciclada PET OW [%] GRI 301-2

	2021	2022	2023
Andina Argentina	7,0%	14,3%	20,4%
Andina Brasil	21,4%	22,1%	27,2%
Andina Chile	0,0%	0,0%	0,0%
Andina Paraguay	0,0%	4,0%	19,1%
<b>Principales filiales Coca-Cola Andina</b>	<b>10,1%</b>	<b>12,8%</b>	<b>18,4%</b>
Otras filiales consolidadas*			0%
<b>Total Coca-Cola Andina</b>			<b>17,0%</b>

## Ahorro de PET

	Principales Filiales				Otras filiales consolidadas*	Total Coca-Cola Andina
	2020	2021	2022	2023	2023	2023
Total toneladas ahorradas [Ton]	413	482	558	377	522	899
Total US\$ ahorrados	488.535	732.838	883.097	530.001	704.464	1.234.465

\* Otras filiales consolidadas son Vital Jugos, Vital Aguas y Envases Central.

## Ahorro de polietileno

Total toneladas ahorradas (ton)

142

2021  
Total Coca-Cola Andina

100

2022  
Total Coca-Cola Andina

29

2023  
Total Coca-Cola Andina

## Retornabilidad

[% volumen retornable/volumen NARTDI]

Meta retornabilidad 2030 consolidado es de 42.8%.

	2020	2021	2022	2023
Andina Argentina	47,5%	43,3%	37,4%	34,5%
Andina Brasil	24,2%	21,7%	18,7%	18,8%
Andina Chile	36,3%	30,5%	28,4%	30,4%
Andina Paraguay	40,0%	38,2%	33,8%	32,1%
<b>Total Coca-Cola Andina</b>	<b>35,1%</b>	<b>31,6%</b>	<b>28,0%</b>	<b>27,5%</b>

## Inversión en envases y cajas

(MMUS\$)

Andina Chile considera todas las inversiones en cajas y envases que utilizan tanto Andina Chile como otras filiales consolidadas

	2020	2021	2022	2023
Andina Argentina	9,2	11,9	15,6	15,8
Andina Brasil	7,1	7,3	6,6	8,6
Andina Chile	12,5	13,8	16,0	15,6
Andina Paraguay	4,0	5,1	7,7	5,0
<b>Total Coca-Cola Andina</b>	<b>32,8</b>	<b>38,0</b>	<b>46,0</b>	<b>45,0</b>

## Recupero de posconsumo

[%]

GRI 301-3

Los indicadores de recupero postconsumo de PET OW son recopilados y reportados en cada comité de gestión mes a mes.

	2020	2021	2022	2023
Andina Argentina	4,3%	8,3%	12,7%	25,0%
Andina Brasil	22,5%	32,5%	36,8%	39,2%
Andina Chile	1,1%	0,8%	0,1%	0,2%
Andina Paraguay	0,8%	0,7%	38,9%	79,5%
<b>Total recupero</b>	<b>10,9%</b>	<b>14,6%</b>	<b>21,4%</b>	<b>29,5%</b>

## Consumo de empaques

(ton)

SASB FB-NB-410A.1

Incluye solo empaques primario y secundario.

	Principales filiales			Otras filiales consolidadas*	Total Coca-Cola Andina
	2021	2022	2023	2023	2023
Peso total de los materiales no renovables utilizados	92.717	99.095	94.491	12.364	106.855
Peso total de los materiales renovables o reciclados utilizados	16.200	20.741	27.761	3.219	30.380
<b>Peso total de los materiales utilizados</b>	<b>108.917</b>	<b>119.836</b>	<b>121.652</b>	<b>15.583</b>	<b>137.235</b>
Porcentaje de materiales con material renovable o reciclado	14,9%	17,3%	22,3%	20,7%	22,1%

\* Otras filiales consolidadas son Vital Jugos, Vital Aguas y Envases Central.

## Recupero de posconsumo

(Ton)

	2020	2021	2022	2023
Andina Argentina	500	1.257	2.234	4.364
Andina Brasil	7.734	7.463	9.244	10.496
Andina Chile	145	133	21	33
Andina Paraguay	41	42	2.656	6.217
<b>Total Coca-Cola Andina</b>	<b>8.420</b>	<b>8.896</b>	<b>14.155</b>	<b>21.110</b>

Nota: Brasil incluye latas hasta 2020.

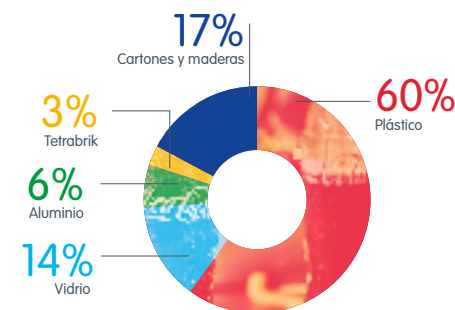


Consumo de  
materias primas  
[Ton] 2023, por tipo y  
operación

GRI 301-1

	Andina Argentina	Andina Brasil	Andina Chile	Andina Paraguay	Principales filiales Coca-Cola Andina	Otras filiales consolidadas*	Total Coca-Cola Andina
Plástico PET virgen para OW	14.476	19.438	14.815	6.522	55.250	5.764	61.014
Plástico PET reciclado para OW	3.700	7.254	-	1.537	12.491	-	12.491
Vidrio virgen para OW	517	-	-	-	517	2.650	3.168
Vidrio reciclado para OW	196	-	-	-	196	663	859
Aluminio virgen	210	1.390	187	-	1.787	883	2.670
Aluminio reciclado	789	4.170	-	-	4.959	2.557	7.516
Tetrabrik	1.072	1.687	-	649	3.408	1.321	4.729
Plástico Tapas virgen	1.680	2.449	1.593	891	6.614	797	7.411
Plástico Tapas reciclado	-	-	-	-	-	-	-
Plástico termocontraible Virgen	1.730	3.027	1.196	997	6.950	948	7.899
Plástico termocontraible Reciclado	-	-	-	-	-	-	-
Plástico stretch film Virgen	270	529	271	146	1.216	281	1.497
Plástico stretch film Reciclado	-	-	-	-	-	-	-
Pallets de madera	-	-	3.606	-	3.606	-	3.606
Pallets de madera (proveniente de bosques cultivados)	4.261	4.280	-	279	8.820	-	8.820
Azúcar	51.030	104.364	56.108	21.246	232.748	12.329	245.077
Fructosa	27.947	-	-	16.894	44.841	-	44.841
CO2 (insumo)	9.607	11.337	7.282	3.042	31.268	3.124	34.392
Chapadur (separador de cartón prensado)	6.272	5.034	-	863	12.169	-	12.169
Separador de cartón	500	668	2.110	-	3.278	752	4.030
Chapadur plástico	-	-	-	-	-	-	-
Botellas RefPET con resina Virgen	2.228	1.197	3.847	236	7.508	-	7.508
Botellas RefPET con resina Reciclada	-	-	-	-	-	-	-
Botellas Vidrio Virgen para Retornables	2.908	1.785	4.938	1.825	11.456	-	11.456
Botellas Vidrio Reciclado para Retornables	4.140	446	2.204	1.327	8.117	-	8.117
Cajas Plástico virgen	540	-	459	-	999	-	999
Cajas Plástico reciclado	251	816	98	233	1.398	-	1.398
<b>Peso total de los materiales no renovables utilizados</b>	<b>120.989</b>	<b>152.905</b>	<b>96.411</b>	<b>53.311</b>	<b>423.617</b>	<b>28.850</b>	<b>452.467</b>
<b>Peso total de los materiales renovables utilizados</b>	<b>13.338</b>	<b>16.966</b>	<b>2.302</b>	<b>3.376</b>	<b>35.981</b>	<b>3.219</b>	<b>39.200</b>
<b>Peso total de los materiales utilizados</b>	<b>134.327</b>	<b>169.871</b>	<b>98.713</b>	<b>56.687</b>	<b>459.598</b>	<b>32.069</b>	<b>491.667</b>

Materiales de  
packaging –  
porcentaje de  
uso



\*calculado sobre el consumo de producción

Incluye materias primas y todos los empaques: primario, secundario y terciario.  
\* Otras filiales consolidadas son Vital Jugos, Vital Aguas y Envases Central.



## RESIDUOS

## Generación de residuos sólidos

[gr residuo/litro bebida producida]

	2020	2021	2022	2023
Andina Argentina	13,9	13,0	12,5	19,4
Andina Brasil	7,8	7,9	8,4	7,8
Andina Chile	13,0	13,9	13,3	12,4
Andina Paraguay	18,1	18,1	15,7	14,1
<b>Principales filiales Coca-Cola Andina</b>	<b>11,8</b>	<b>11,9</b>	<b>11,5</b>	<b>12,7</b>
Otras filiales consolidadas*				7,4
<b>Total Coca-Cola Andina</b>				<b>12,2</b>

## Reciclado de residuos sólidos

[% sobre total]

GRI 306-4

	2020	2021	2022	2023
Andina Argentina	91,8%	91,6%	91,9%	93,6%
Andina Brasil	90,4%	88,3%	93,9%	96,4%
Andina Chile	89,5%	92,1%	90,2%	92,6%
Andina Paraguay	93,7%	91,6%	92,0%	94,0%
<b>Principales filiales Coca-Cola Andina</b>	<b>91,1%</b>	<b>91,0%</b>	<b>91,9%</b>	<b>94,1%</b>
Otras filiales consolidadas*				96,5%
<b>Total Coca-Cola Andina</b>				<b>94,2%</b>

## Generación de residuos sólidos

[ton]

	2020	2021	2022	2023
Andina Argentina	12.982	13.448	14.351	22.335
Andina Brasil	10.522	10.759	12.878	12.808
Andina Chile	12.294	14.380	13.466	12.318
Andina Paraguay	6.694	7.083	6.612	6.158
<b>Principales filiales Coca-Cola Andina</b>	<b>42.492</b>	<b>45.670</b>	<b>47.306</b>	<b>53.619</b>
Otras Filiales Consolidadas*				3.580
<b>Total Coca-Cola Andina</b>				<b>57.198</b>

## Generación de residuos sólidos por tipo 2023

[ton]

GRI 306-3, 306-4, 306-5

	Principales Filiales				Otras Filiales Consolidadas*	Total Coca-Cola Andina
	2020	2021	2022	2023	2023	2023
Papel / Cartón	2.697	3.341	3.366	3.747	460	4.207
Vidrio	10.296	11.679	10.995	11.367	120	11.487
Tapas	1.129	988	960	1.003	12	1.015
Metales (todos excepto aluminio)	1.175	1.251	993	1.363	577	1.940
Aluminio	87	111	176	280	62	341
PET	6.644	5.829	6.413	6.392	183	6.575
Plástico (todos excepto PET y PP de tapas)	3.335	3.940	3.788	2.546	300	2.846
Madera	9.504	8.743	9.157	11.598	959	12.557
Orgánicos	1.074	1.282	991	1.014	612	1.626
Otros reciclables	2.554	3.475	5.273	10.163	113	10.276
Otros no reciclables	2.763	3.884	3.695	2.723	121	2.845
<b>Sub totales</b>	<b>41.258</b>	<b>44.523</b>	<b>45.807</b>	<b>52.196</b>	<b>3.519</b>	<b>55.715</b>

\* Otras filiales consolidadas son Vital Jugos, Vital Aguas y Envases Central.

Considera sólo residuos no peligrosos

Residuos no destinados a eliminación por operación de valorización

[ton]  
GRI 306-4

	2023		
	Principales Filiales	Otras Filiales Consolidadas*	Total Coca-Cola Andina
<b>Residuos peligrosos</b>			
Preparación para la reutilización	22	28	51
Reciclaje	387	26	413
Otras operaciones de valorización	833	1	835
<b>Total residuos peligrosos</b>	<b>1.242</b>	<b>56</b>	<b>1.298</b>
<b>Residuos no peligrosos</b>			
Preparación para la reutilización	20.625	1.493	22.119
Reciclaje	27.151	1.094	28.245
Compostaje	1.014	655	1.669
Otras operaciones de valorización	409	156	1.064
<b>Total residuos no peligrosos</b>	<b>49.200</b>	<b>3.399</b>	<b>52.598</b>
<b>Total Residuos no destinados a eliminación</b>	<b>50.442</b>	<b>3.455</b>	<b>53.897</b>

Residuos destinados a eliminación

[ton]  
GRI 306-5

	2023		
	Principales Filiales	Otras Filiales Consolidadas*	Total Coca-Cola Andina
<b>Residuos peligrosos</b>			
Incineración (con recuperación energética)	-	-	-
Incineración (sin recuperación energética)	1	-	1
Traslado a un vertedero	-	5	5
Otras operaciones de eliminación	180	-	180
<b>Total residuos peligrosos</b>	<b>180</b>	<b>5</b>	<b>185</b>
<b>Residuos no peligrosos</b>			
Incineración (con recuperación energética)	-	-	-
Incineración (sin recuperación energética)	-	-	-
Traslado a un vertedero	2.996	121	3.118
Otras operaciones de eliminación	-	-	-
<b>Total residuos no peligrosos</b>	<b>2.996</b>	<b>121</b>	<b>3.118</b>
<b>Total Residuos destinados a eliminación</b>	<b>3.177</b>	<b>126</b>	<b>3.303</b>



\* Otras filiales consolidadas son Vital Jugos, Vital Aguas y Envases Central.

## ENERGÍA

Consumo energético  
por tipo de  
combustible[MJ]  
GRI 302-1

	Principales filiales				Otras filiales consolidadas*	Total Coca-Cola Andina
	2020	2021	2022	2023	2023	2023
Consumo total de combustibles procedentes de fuentes no renovables	797.347.764	683.846.884	754.918.143	823.177.630	157.605.655	980.783.285
Consumo total de combustibles procedentes de fuentes renovables	314.437.529	468.351.571	502.806.069	516.979.962	45.161.952	562.141.914
<b>Total Consumo de combustibles</b>	<b>1.111.785.293</b>	<b>1.152.198.455</b>	<b>1.257.724.212</b>	<b>1.340.157.592</b>	<b>202.767.607</b>	<b>1.542.925.199</b>

Consumo energético  
por tipo: renovable y  
no renovable[%]  
SASB FB-NB-130A.1

	Principales filiales				Otras filiales consolidadas*	Total Coca-Cola Andina
	2020	2021	2022	2023	2023	2023
Porcentaje de consumo energético no renovable	71,7%	59,4%	60,0%	61,4%	77,7%	63,6%
Porcentaje de consumo energético renovable	28,3%	40,6%	40,0%	38,6%	22,3%	36,4%

Consumo energético  
por operación[MJ]  
GRI 302-1, GRI 302-4 | SASB FB-NB-130A.1

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Andina Argentina	417.306.969	409.235.774	361.853.002	333.985.664	350.182.948	386.366.713	424.799.182
Andina Brasil	344.041.575	351.777.338	384.559.873	364.996.908	375.850.814	420.352.470	446.109.496
<b>Andina Chile</b>	<b>231.575.870</b>	<b>271.475.113</b>	<b>246.493.622</b>	<b>238.674.407</b>	<b>238.318.360</b>	<b>240.569.230</b>	<b>267.006.312</b>
<b>Andina Paraguay</b>	<b>193.164.293</b>	<b>192.404.299</b>	<b>193.682.342</b>	<b>174.128.314</b>	<b>187.846.333</b>	<b>210.435.799</b>	<b>202.242.602</b>
<b>Total Principales Filiales</b>	<b>1.186.088.706</b>	<b>1.224.892.525</b>	<b>1.186.588.839</b>	<b>1.111.785.293</b>	<b>1.152.198.455</b>	<b>1.257.724.212</b>	<b>1.340.157.592</b>
Otras filiales consolidadas*							202.767.607
<b>Total Coca-Cola Andina</b>							<b>1.542.925.199</b>
<b>Reducciones de consumo energético [MJ] Principales Filiales. Año base 2017.</b>		<b>+3,3%</b>	<b>0,0%</b>	<b>-6,3%</b>	<b>-2,9%</b>	<b>+6,0%</b>	<b>+13,0%</b>

Nota: No incluye flota de vehículos de distribución.

Consumo energético:  
porcentaje de  
electricidad  
proveniente de la red  
SASB FB-NB-130A.1Consumo de energía  
fuera de la  
organización  
[MJ]  
GRI 302-2**1.178.719.698**  
Total Coca-Cola Andina  
2023

Equipos de frío, flota de logística y centros de distribución

\* Otras filiales consolidadas son Vital Jugos, Vital Aguas y Envases Central.

Consumo energético por tipo de uso  
[MJ]  
GRI 302-1

	Principales filiales 2023	Otras filiales consolidadas* 2023	Total Coca-Cola Andina 2023
Consumo de electricidad	844.167.602	88.165.154	923.332.756
Consumo de calefacción	168.747.794	0	168.747.794
Consumo de refrigeración	0	0	0
Consumo de vapor	215.418.057	110.820.339	326.238.396
Otros	111.824.140	3.782.114	115.606.254
<b>Consumo total</b>	<b>1.340.157.592</b>	<b>202.767.607</b>	<b>1.542.925.199</b>

No existe energía vendida

Ratio de uso de energía (EUR)  
[MJ/litro de bebida producida]  
GRI 302-3

	2020	2021	2022	2023
Andina Argentina	0,359	0,339	0,337	0,368
Andina Brasil	0,271	0,275	0,273	0,272
Andina Chile	0,253	0,231	0,238	0,268
Andina Paraguay	0,470	0,479	0,501	0,464
<b>Total Principales Filiales</b>	<b>0,309</b>	<b>0,301</b>	<b>0,306</b>	<b>0,317</b>
<b>Otras filiales consolidadas*</b>				0,421
<b>Total Coca-Cola Andina</b>				<b>0,328</b>

Nota: meta 2030 para Principales Filiales es de 0,255.

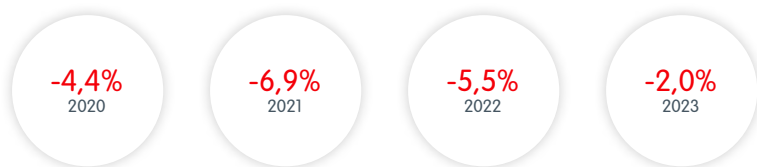
Tipos de energía incluidos en el ratio de intensidad (combustible, electricidad, calefacción, refrigeración, vapor).

El ratio EUR abarca el consumo de energía dentro de la organización.

Reducción de los requerimientos energéticos de productos  
[MJ/litro de bebida producida]  
GRI 302-4, 302-5  
Año Base 2017

	2020	2021	2022	2023
Andina Argentina	2,5%	-3,0%	-3,7%	5,2%
Andina Brasil	-3,3%	-1,8%	-2,4%	-2,8%
Andina Chile	-9,7%	-17,6%	-14,9%	-4,3%
Andina Paraguay	-11,3%	-9,7%	-5,5%	-12,4%
<b>Total Principales Filiales</b>	<b>-4,4%</b>	<b>-6,9%</b>	<b>-5,5%</b>	<b>-2,0%</b>

Reducción de los requerimientos energéticos de productos  
GRI 302-4, 302-5



\* Otras filiales consolidadas son Vital Jugos, Vital Aguas y Envases Central.



Consumo de energía de fuentes renovables por operación  
[% de consumo]

	2020	2021	2022	2023
Argentina	5,5%	2,4%	0,0%	0,0%
Brasil	0,0%	38,5%	38,8%	39,3%
Chile	58,0%	60,8%	61,6%	54,1%
Paraguay	90,6%	90,7%	91,0%	97,5%
<b>Total Principales Filiales</b>	<b>28,3%</b>	<b>40,6%</b>	<b>40,0%</b>	<b>38,6%</b>
<b>Otras filiales consolidadas*</b>				22,3%
<b>Total Coca-Cola Andina</b>				<b>36,4%</b>

Consumo de energía de fuentes no renovables  
[M.J]

GRI: 302-1

	Principales filiales				Otras filiales consolidadas*	Total Coca-Cola Andina
	2020	2021	2022	2023	2023	2023
Electricidad	462.150.180	333.149.539	357.823.850	380.432.778	43.003.202	423.435.980
Otros Combustibles	335.197.584	350.697.346	397.094.293	442.744.852	114.602.453	557.347.305
<b>Total</b>	<b>797.347.764</b>	<b>683.846.884</b>	<b>754.918.143</b>	<b>823.177.630</b>	<b>157.605.655</b>	<b>980.783.285</b>

Nota: La categoría "Otros Combustibles" contempla uso directo de combustibles fósiles (gas natural, diésel, propano, entre otros).

Consumo de energía de fuentes renovables  
[M.J]

	Principales filiales				Otras filiales consolidadas*	Total Coca-Cola Andina
	2020	2021	2022	2023	2023	2023
Biomasa	58.072.592	63.641.780	69.735.917	75.499.265	0	75.499.265
Hidroeléctrica	99.745.025	106.773.375	121.789.901	0	0	0
Solar	0	23.963	0	0	0	0
Eólica	138.335.286	0	0	0	0	0
Biogas	18.284.626	8.229.543	0	0	0	0
Biodiesel	0	0	0	152.926	0	152.926
Otros	0	289.682.910	311.280.251	441.327.771	45.161.952	486.489.723
<b>Total</b>	<b>314.437.529</b>	<b>468.351.571</b>	<b>502.806.069</b>	<b>516.979.962</b>	<b>45.161.952</b>	<b>562.141.914</b>

Nota: La categoría de "Otros" contempla blend de energías renovables.

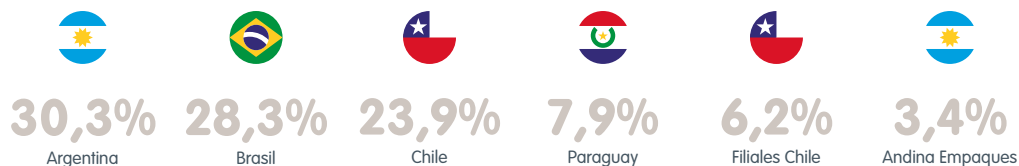
\* Otras filiales consolidadas son Vital Jugos, Vital Aguas y Envases Central.

**EMISIONES**

En el año 2023 se modifica el enfoque de medición de huella carbono, adoptando un enfoque de control financiero según Protocolo GHG.

Se realiza recalcuro para el año 2022, incorporándolo como año base de medición bajo este nuevo enfoque.

Participación huella de carbono 2023 por operación (%)



**Emisiones**

(TnCO<sub>2</sub>eq)

GRI 305-1, 305-2, 305-3

	2022	2023
Total Alcance 1	72.995	78.306
Total Alcance 2	53.891	63.800
Total Alcance 3	986.416	998.130
<b>Total Coca-Cola Andina</b>	<b>1.113.302</b>	<b>1.140.235</b>

Gases incluidos en el cálculo de emisiones 1,2 y 3: CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O, HFC, PFC, SF<sub>6</sub>, NF<sub>3</sub>.

**Planes de reducción por fuente de emisión**

(TnCO<sub>2</sub>eq reducidas)

GRI 305-5

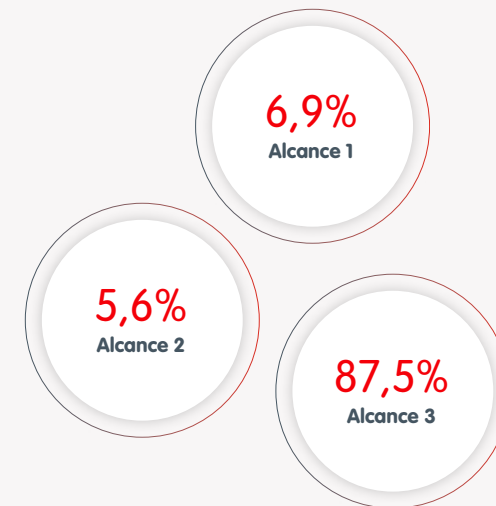
	Alcance 1	Alcance 2	Alcance 3	Total Coca-Cola Andina
TnCO <sub>2</sub> eq Año base: 2022	72.995	53.891	986.416	1.113.302
TnCO <sub>2</sub> eq reducidas en 2023	+5.310	+9.909	+11.714	+26.934
<b>Var % 2022-2023</b>	<b>+7,3%</b>	<b>+18,4%</b>	<b>+1,2%</b>	<b>+2,4%</b>

Gases incluidos en el cálculo de la reducción de emisiones: CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O, HFC, PFC, SF<sub>6</sub>, NF<sub>3</sub>. Las metas 2030 serán redefinidas según proceso de validación de SBTi para trayectorias 1,5°C y WB2°C.

Detalle emisiones alcance 2



Participación huella de carbono 2023 por tipo de alcance (%)



Emisiones biogénicas de CO<sub>2</sub> 2023 (tonCO<sub>2</sub>eq)  
GRI 305-1, 305-3

**10.217**  
Total Coca-Cola Andina

404  
Total Alcance 1

9.813  
Total Alcance 3



### Distancia recorrida por camiones

(Km)

SASB FB-NB-000.C

	2020	2021	2022	2023
Camiones propios	17.260.419	20.839.551	25.876.170	27.761.027
Camiones de terceros	70.153.983	81.197.579	81.775.093	86.663.639
<b>Total Coca-Cola Andina</b>	<b>87.414.402</b>	<b>102.037.129</b>	<b>107.651.263</b>	<b>114.424.666</b>

*Nota: no considera los km recorridos por terceros en Brasil.*

### Potenciales de calentamiento global (PCG)

GEI	PCG
CO2	1
CH4	34
N2O	298

### Camiones por operación (cantidad)

	2020	2021	2022	2023
Camiones propios	1.133	1.218	1.414	1.412
Camiones de terceros	1.691	1.571	1.607	1.580
<b>Total Coca-Cola Andina</b>	<b>2.824</b>	<b>2.789</b>	<b>3.021</b>	<b>2.992</b>

*Edad promedio de la Flota: 7,68 años*

### Ratio emisiones total Coca-Cola Andina

(gr CO2 equivalentes/litro de bebida producida)

GRI 305-4

	2022	2023
Total Alcance 1+2+3	240,4	242,3
Total Alcance 1+2	27,4	30,2

*Gases incluidos en el cálculo del ratio de emisiones: CO2, CH4, N2O, HFC, PFC, SF6, NF3.*

### Tipo de camiones

[Cantidad/año]

	2020	2021	2022	2023
Norma emisiones Euro V o superior	1.233	1.616	2.005	2.022
Otros	1.591	1.173	1.016	970
<b>Total Coca-Cola Andina</b>	<b>2.824</b>	<b>2.789</b>	<b>3.021</b>	<b>2.992</b>

*Nota: Considera camiones propios y de terceros.*

### Emisiones por operación

[TnCO2eq/año]

	2022	2023
Andina Argentina	324.485	345.805
Andina Brasil	316.021	322.973
Andina Chile	265.891	272.506
Andina Paraguay	86.260	89.644
Filiales Chile	84.282	70.537
Andina Empaques	36.364	38.769
<b>Total Coca-Cola Andina</b>	<b>1.113.302</b>	<b>1.140.235</b>

*Gases incluidos en el cálculo del ratio de emisiones: CO2, CH4, N2O, HFC, PFC, SF6, NF3. Filiales Chile y Andina Empaques muestran valores correspondientes al enfoque financiero evitando duplicidades con otras operaciones*

### Combustible consumido por los vehículos de su flota

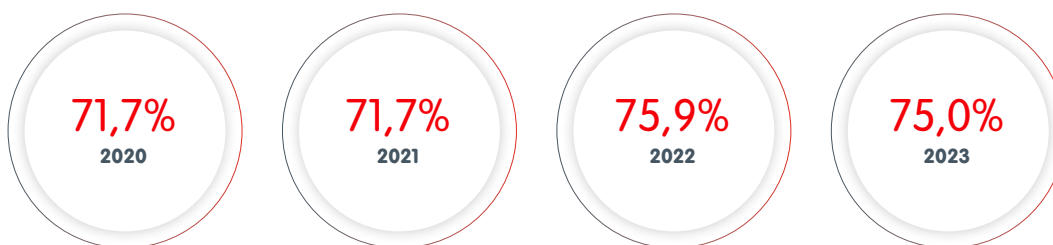
SASB FB-NB-110A.1

	2023
Total de combustible consumido por los vehículos de su flota (GJ)	1.037.798
Flota propia	377.104
Flota terceros	660.694
Porcentaje del combustible consumido renovable (%) (Flota propia)	11,6%
Porcentaje del combustible consumido renovable (%) (Flota propia + terceros)	4,7%

## Equipos de frío 2023

	Cantidad [unidades] N°	[%]
Equipos Solo Controlador Electrónico	25.170	5,8%
Equipos Solo LED	37.605	8,7%
Equipos Controlador Electrónico + LED	262.587	60,5%
Otros sin Controlador Electrónico y LED	108.357	25,0%
<b>Total Coca-Cola Andina</b>	<b>433.719</b>	<b>100%</b>

Porcentaje de  
equipos de frío  
con ahorro de  
energía



Emisiones por  
categorías  
[TnCO<sub>2</sub>eq/año]

	Fuente	2023
Alcance 1	Combustión fija	29.006
	Combustión móvil	39.786
	Otras emisiones	9.514
Alcance 2	Electricidad	63.800
Alcance 3	Cat. 1 Materias primas	699.634
	Cat. 2 Bienes de capital	29.386
	Cat. 3 Emisiones indirectas (energía)	22.787
	Cat. 4 Transporte upstream	86.324
	Cat. 5 Residuos	8.255
	Cat. 6 Viajes corporativos	1.124
	Cat. 7 Viajes in itinere	5.327
	Cat. 12 Fin de vida	11.882
	Cat. 13 EDF - Consumo de energía	133.410
	<b>Total Coca-Cola Andina</b>	





## PROVEEDORES

Cantidad de  
proveedores  
[Cantidad/año]  
GRI 2-6; CMF 7.1V

	2020	2021	2022	2023
Andina Argentina	2.227	2.140	2.357	2.457
Andina Brasil	3.491	3.459	3.283	3.389
Andina Chile	1.744	1.719	1.788	1.766
Andina Paraguay	1.042	1.005	1.040	1.018
<b>Total Principales Filiales Coca-Cola Andina</b>	<b>8.504</b>	<b>8.323</b>	<b>8.468</b>	<b>8.630</b>

Proveedores críticos  
evaluados  
[Cantidad/año]  
GRI 308-2; 414-2; CMF 7.2

	2020	2021	2022	2023
Andina Argentina	59	68	52	20
Andina Brasil	46	52	46	49
Andina Chile	176	219	188	123
Andina Paraguay	52	68	70	63
<b>Total Principales Filiales Coca-Cola Andina</b>	<b>333</b>	<b>407</b>	<b>356</b>	<b>255</b>

Proveedores  
nacionales  
[% sobre total]  
GRI 2-6; CMF 7.1V

	2020	2021	2022	2023
Andina Argentina	96,3%	96,1%	96,6%	96,8%
Andina Brasil	99,7%	99,5%	99,3%	99,1%
Andina Chile	94,9%	92,0%	91,6%	94,2%
Andina Paraguay	94,0%	90,0%	89,5%	89,4%

Proveedores  
evaluados totales  
[Cantidad/año]  
GRI 308-2; 414-2; CMF 7.2

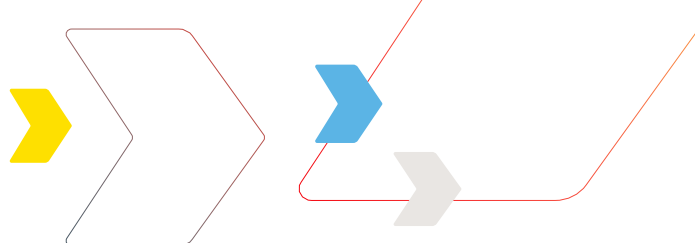
	2020	2021	2022	2023
Andina Argentina	303	313	298	400
Andina Brasil	253	258	255	277
Andina Chile	312	375	297	214
Andina Paraguay	496	425	432	462
<b>Total Principales Filiales Coca-Cola Andina</b>	<b>1.364</b>	<b>1.371</b>	<b>1.282</b>	<b>1.353</b>

Gasto en  
proveedores  
nacionales  
[% sobre total]  
GRI 204-1; CMF 7.11

	2020	2021	2022	2023
Andina Argentina	95,1%	95,4%	96,6%	95,8%
Andina Brasil	99,2%	98,7%	97,0%	98,8%
Andina Chile	98,0%	98,8%	98,4%	99,0%
Andina Paraguay	49,1%	58,0%	60,0%	57,3%

Número de  
proveedores  
evaluados con  
criterios ambientales  
y/o sociales  
GRI 308-2, 414-2





## Gestión de proveedores 2023

GRI 2-6 | CMF 7.1.I, 7.1.II, 7.1.III, 7.1.IV

Embotelladora del Atlántico S.A	PROVEEDORES NACIONALES			PROVEEDORES EXTRANJEROS		
	Hasta 30 días	Entre 31 a 60 días	Más de 60 días	Hasta 30 días	Entre 31 a 60 días	Más de 60 días
Número de Facturas pagadas	55.403	9.173	5.067	27	110	312
Monto Total de las facturas pagadas	150.036	37.208	10.512	1.230	3.248	2.030
Monto Total intereses por mora en pago de facturas	-	-	-	-	-	-
Número de Proveedores	2.190	1.347	886	16	20	43

Nota: los montos son en millones de AR\$

- 1) Los datos señalados excluyen los pagos entre sociedades relacionadas del Grupo Andina
- 2) Contiene solo las facturas con desembolso de pago efectivo al proveedor (salió un pago por el banco)
- 3) Quedan excluidas facturas de Rappel, que son descontadas por los Supermercados del pago de los productos vendidos
- 4) Excluye notas de crédito y notas de débito

Rio de Janeiro Refrescos S.A	PROVEEDORES NACIONALES			PROVEEDORES EXTRANJEROS		
	Hasta 30 días	Entre 31 a 60 días	Más de 60 días	Hasta 30 días	Entre 31 a 60 días	Más de 60 días
Número de Facturas pagadas	67.142	21.186	7.113	46	38	5
Monto Total de las facturas pagadas	1.368	1.806	322	6	71	0
Monto Total intereses por mora en pago de facturas	0	-	-	-	-	-
Número de Proveedores	2.691	1.691	837	17	17	3

Nota: los montos son en millones de \$R

- 1) Los datos señalados excluyen los pagos entre sociedades relacionadas del Grupo Andina
- 2) Contiene solo las facturas con desembolso de pago efectivo al proveedor (salió un pago por el banco)
- 3) Quedan excluidas facturas de Rappel, que son descontadas por los Supermercados del pago de los productos vendidos
- 4) Excluye notas de crédito y notas de débito

Embotelladora Andina S.A.	PROVEEDORES NACIONALES			PROVEEDORES EXTRANJEROS		
	Hasta 30 días	Entre 31 a 60 días	Más de 60 días	Hasta 30 días	Entre 31 a 60 días	Más de 60 días
Número de Facturas pagadas	21.467	18.926	2.142	77	412	588
Monto Total de las facturas pagadas	423.164	524.269	36.407	1.189	5.566	12.118
Monto Total intereses por mora en pago de facturas	263	-	-	-	-	-
Número de Proveedores	1.468	702	227	33	58	74
Número de acuerdos inscritos en el Registro de Acuerdos	0	8	0	0	0	0

Nota: los montos son en millones de \$CH. Incluye corporativo

- 1) Los datos señalados excluyen los pagos entre sociedades relacionadas del Grupo Andina
- 2) Contiene solo las facturas con desembolso de pago efectivo al proveedor (salió un pago por el banco)
- 3) Quedan excluidas facturas de Rappel, que son descontadas por los Supermercados del pago de los productos vendidos
- 4) Excluye notas de crédito y notas de débito

Transportes Andina Refrescos Ltda.	PROVEEDORES NACIONALES			PROVEEDORES EXTRANJEROS		
	Hasta 30 días	Entre 31 a 60 días	Más de 60 días	Hasta 30 días	Entre 31 a 60 días	Más de 60 días
Número de Facturas pagadas	6.272	1.099	311	2	4	9
Monto Total de las facturas pagadas	92.399	9.325	4.381	15	28	62
Monto Total intereses por mora en pago de facturas	-	-	-	-	-	-
Número de Proveedores	458	187	71	1	1	1

Nota: los montos son en millones de \$CH.

- 1) Los datos señalados excluyen los pagos entre sociedades relacionadas del Grupo Andina
- 2) Contiene solo las facturas con desembolso de pago efectivo al proveedor (salió un pago por el banco)
- 3) Excluye notas de crédito y notas de débito

Transportes Polar SA.	PROVEEDORES NACIONALES			PROVEEDORES EXTRANJEROS		
	Hasta 30 días	Entre 31 a 60 días	Más de 60 días	Hasta 30 días	Entre 31 a 60 días	Más de 60 días
Número de Facturas pagadas	1.367	553	122	1	4	11
Monto Total de las facturas pagadas	31.379	8.188	356	3	13	28
Monto Total intereses por mora en pago de facturas	-	-	-	-	-	-
Número de Proveedores	111	80	21	1	2	1

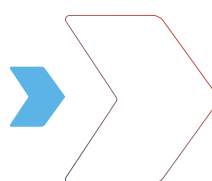
Nota: los montos son en millones de \$CH.

- 1) Los datos señalados excluyen los pagos entre sociedades relacionadas del Grupo Andina
- 2) Contiene solo las facturas con desembolso de pago efectivo al proveedor (salió un pago por el banco)
- 3) Excluye notas de crédito y notas de débito

Embotelladora Andina Chile SA.	PROVEEDORES NACIONALES			PROVEEDORES EXTRANJEROS		
	Hasta 30 días	Entre 31 a 60 días	Más de 60 días	Hasta 30 días	Entre 31 a 60 días	Más de 60 días
Número de Facturas pagadas	3	-	3	-	-	-
Monto Total de las facturas pagadas	646	-	10	-	-	-
Monto Total intereses por mora en pago de facturas	-	-	-	-	-	-
Número de Proveedores	2	-	1	-	-	-

Nota: los montos son en millones de \$CH.

- 1) Los datos señalados excluyen los pagos entre sociedades relacionadas del Grupo Andina
- 2) Contiene solo las facturas con desembolso de pago efectivo al proveedor (salió un pago por el banco)
- 3) Excluye notas de crédito y notas de débito



Servicios Multivending Ltda.	PROVEEDORES NACIONALES			PROVEEDORES EXTRANJEROS		
	Hasta 30 días	Entre 31 a 60 días	Más de 60 días	Hasta 30 días	Entre 31 a 60 días	Más de 60 días
Número de Facturas pagadas	427	244	92	-	-	-
Monto Total de las facturas pagadas	1.507	529	99	-	-	-
Monto Total intereses por mora en pago de facturas	-	-	-	-	-	-
Número de Proveedores	59	52	22	-	-	-

Nota: los montos son en millones de \$CH.

- 1) Los datos señalados excluyen los pagos entre sociedades relacionadas del Grupo Andina
- 2) Contiene solo las facturas con desembolso de pago efectivo al proveedor (salió un pago por el banco)
- 3) Excluye notas de crédito y notas de débito

Red de Transportes Comerciales Ltda.	PROVEEDORES NACIONALES			PROVEEDORES EXTRANJEROS		
	Hasta 30 días	Entre 31 a 60 días	Más de 60 días	Hasta 30 días	Entre 31 a 60 días	Más de 60 días
Número de Facturas pagadas	2.641	301	94	31	-	-
Monto Total de las facturas pagadas	10.259	907	12.081	60	-	-
Monto Total intereses por mora en pago de facturas	-	-	-	-	-	-
Número de Proveedores	293	115	42	6	-	-

Nota: los montos son en millones de \$CH.

- 1) Los datos señalados excluyen los pagos entre sociedades relacionadas del Grupo Andina
- 2) Contiene solo las facturas con desembolso de pago efectivo al proveedor (salió un pago por el banco)
- 3) Excluye notas de crédito y notas de débito

Paraguay Refrescos S.A	PROVEEDORES NACIONALES			PROVEEDORES EXTRANJEROS		
	Hasta 30 días	Entre 31 a 60 días	Más de 60 días	Hasta 30 días	Entre 31 a 60 días	Más de 60 días
Número de Facturas pagadas	8.280	5.300	2.757	269	524	515
Monto Total de las facturas pagadas	481.737	199.059	83.625	140.326	286.708	228.135
Monto Total intereses por mora en pago de facturas	-	-	-	-	-	-
Número de Proveedores	547	567	290	38	76	100

Nota: los montos son en millones de \$G

- 1) Los datos señalados excluyen los pagos entre sociedades relacionadas del Grupo Andina
- 2) Contiene solo las facturas con desembolso de pago efectivo al proveedor (salió un pago por el banco)
- 3) Excluye notas de crédito y notas de débito

VJ S.A	PROVEEDORES NACIONALES			PROVEEDORES EXTRANJEROS		
	Hasta 30 días	Entre 31 a 60 días	Más de 60 días	Hasta 30 días	Entre 31 a 60 días	Más de 60 días
Número de Facturas pagadas	8.182	2.357	142	232	122	25
Monto Total de las facturas pagadas	70.478	25.067	1.357	7.963	4.514	2.193
Monto Total intereses por mora en pago de facturas	-	-	-	-	-	-
Número de Proveedores	610	71	12	37	9	2
Número de acuerdos inscritos en el Registro de Acuerdos	0	4	0	0	0	0

Nota: los montos son en millones de \$CH

- 1) Los datos señalados excluyen los pagos entre sociedades relacionadas del Grupo Andina
- 2) Contiene solo las facturas con desembolso de pago efectivo al proveedor (salió un pago por el banco)
- 3) Excluye notas de crédito y notas de débito

Vital Aguas S.A.	PROVEEDORES NACIONALES			PROVEEDORES EXTRANJEROS		
	Hasta 30 días	Entre 31 a 60 días	Más de 60 días	Hasta 30 días	Entre 31 a 60 días	Más de 60 días
Número de Facturas pagadas	1.082	1.425	390	16	22	37
Monto Total de las facturas pagadas	8.765	13.601	1.584	328	659	505
Monto Total intereses por mora en pago de facturas	-	-	-	-	-	-
Número de Proveedores	203	221	108	4	8	9

Nota: los montos son en millones de \$CH

- 1) Los datos señalados excluyen los pagos entre sociedades relacionadas del Grupo Andina
- 2) Contiene solo las facturas con desembolso de pago efectivo al proveedor (salió un pago por el banco)
- 3) Excluye notas de crédito y notas de débito

Envases Central S. A.	PROVEEDORES NACIONALES			PROVEEDORES EXTRANJEROS		
	Hasta 30 días	Entre 31 a 60 días	Más de 60 días	Hasta 30 días	Entre 31 a 60 días	Más de 60 días
Número de Facturas pagadas	8.857	6.542	94	290	61	110
Monto Total de las facturas pagadas	122.244	95.993	493	4.101	788	966
Monto Total intereses por mora en pago de facturas	-	-	-	-	-	-
Número de Proveedores	477	9	405	20	11	8

Nota: los montos son en millones de \$CH

- 1) Los datos señalados excluyen los pagos entre sociedades relacionadas del Grupo Andina
- 2) Contiene solo las facturas con desembolso de pago efectivo al proveedor (salió un pago por el banco)
- 3) Excluye notas de crédito y notas de débito

Empaques Argentina	PROVEEDORES NACIONALES			PROVEEDORES EXTRANJEROS		
	Hasta 30 días	Entre 31 a 60 días	Más de 60 días	Hasta 30 días	Entre 31 a 60 días	Más de 60 días
Número de Facturas pagadas	2.270	722	342	14	45	55
Monto Total de las facturas pagadas	3.135	1.351	685	420	139	174
Monto Total intereses por mora en pago de facturas	-	-	-	-	-	-
Número de Proveedores	340	191	67	5	9	21

Nota: los montos son en millones de AR\$

1) Los datos señalados excluyen los pagos entre sociedades relacionadas del Grupo Andina

2) Contiene solo las facturas con desembolso de pago efectivo al proveedor (salió un pago por el banco)

3) Excluye notas de crédito y notas de débito

# 8

Acuerdos con plazo excepcional de pago, en el rango de 31 a 60 días en Chile.

CMF 7.1.V

Auditoría de la responsabilidad social y ambiental de los proveedores:

**Tasa de no conformidad**

SASB FB-NB-430A.1



Auditoría de la responsabilidad social y ambiental de los proveedores:

**tasa de acciones correctivas**

SASB FB-NB-430A.1





## TALENTO Y DIVERSIDAD

## DIVERSIDAD DEL DIRECTORIO

Nacionalidad del Directorio CMF 3.2.XIII.A, 3.2.XIII.B	Chilena	Argentina	Brasileña	Puertorriqueña	Total
Mujeres	1	0	0	0	1
Hombres	10	1	1	1	13

Rango de edad del Directorio GRI 405-1   CMF 3.2.XIII.C	Menos de 30 años	Entre 30 y 40 años	Entre 41 y 50 años	Entre 51 y 60 años	Entre 61 y 70 años	Superior a 70 años	Total
Mujeres	0	0	0	1	0	0	1
Hombres	0	0	1	5	5	2	13

Antigüedad del Directorio CMF 3.2.XIII.D	Menos de 3 años	Entre 3 y 6 años	Más de 6 y menos de 9 años	Entre 9 y 12 años	Más de 12 años	Total
Mujeres	1	0	0	0	0	1
Hombres	2	3	1	2	5	13

Directores en situación de discapacidad CMF 3.2.XIII.E	Sin discapacidad	Con discapacidad
Mujeres	1	0
Hombres	13	0



## DIVERSIDAD DE LA DOTACIÓN

## Dotación por tipo de contrato laboral

Por número de colaboradores propios (Head Count) al 31 de diciembre 2023.  
GRI 2-7 | CMF 5.2

	MUJERES			HOMBRES			TOTAL		
	Indefinido	Plazo fijo	Total	Indefinido	Plazo fijo	Total	Indefinido	Plazo fijo	Total
Argentina	302	74	376	2.607	385	2.992	2.909	459	3.368
Brasil	1.400	7	1.407	6.641	7	6.648	8.041	14	8.055
Chile	648	198	846	2.446	806	3.252	3.094	1.004	4.098
Paraguay	158	5	163	785	113	898	943	118	1.061
Holding	18	-	18	28	-	28	46	-	46
<b>Total</b>	<b>2.526</b>	<b>284</b>	<b>2.810</b>	<b>12.507</b>	<b>1.311</b>	<b>13.818</b>	<b>15.033</b>	<b>1.595</b>	<b>16.628</b>

Argentina corresponde a Andina Argentina y Andina Empaques Argentina. Chile corresponde a Andina Chile, Vital Aguas, Vital Jugos, Envases Central y Reciclar.

### Porcentaje de la dotación por tipo de contrato laboral

CMF 5.2

	Mujeres	Hombres	Total
Indefinido	89,9%	90,5%	90,4%
Plazo fijo	10,1%	9,5%	9,6%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

### Porcentaje de la dotación por tipo de jornada laboral

CMF 5.3

	Mujeres	Hombres	Total
Jornada Ordinaria	95,6%	99,2%	98,6%
Tiempo parcial	4,4%	0,8%	1,4%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Nota: Dotación propia (Head Count). No se registran colaboradores con pactos de adaptabilidad para trabajadores con responsabilidades familiares para este periodo.

### Dotación por tipo de jornada laboral

Por número de colaboradores propios (Head Count) al 31 de diciembre 2023.

GRI 2-7 | CMF 5.3

	Mujeres			Hombres			Total		
	Jornada Ordinaria	Tiempo parcial	Total	Jornada Ordinaria	Tiempo parcial	Total	Jornada Ordinaria	Tiempo parcial	Total
Argentina	376	-	376	2.992	-	2.992	3.368	-	3.368
Brasil	1.284	123	1.407	6.541	107	6.648	7.825	230	8.055
Chile	846	-	846	3.252	-	3.252	4.098	-	4.098
Paraguay	163	-	163	898	-	898	1.061	-	1.061
Holding	17	1	18	28	-	28	45	1	46
<b>Total</b>	<b>2.686</b>	<b>124</b>	<b>2.810</b>	<b>13.711</b>	<b>107</b>	<b>13.818</b>	<b>16.397</b>	<b>231</b>	<b>16.628</b>

No se registran colaboradores con pactos de adaptabilidad para trabajadores con responsabilidades familiares para este periodo.

Argentina corresponde a Andina Argentina y Andina Empaques Argentina. Chile corresponde a Andina Chile, Vital Aguas, Vital Jugos, Envases Central y Reciclar.

### Colaboradores con apertura de dotación propia y terceros

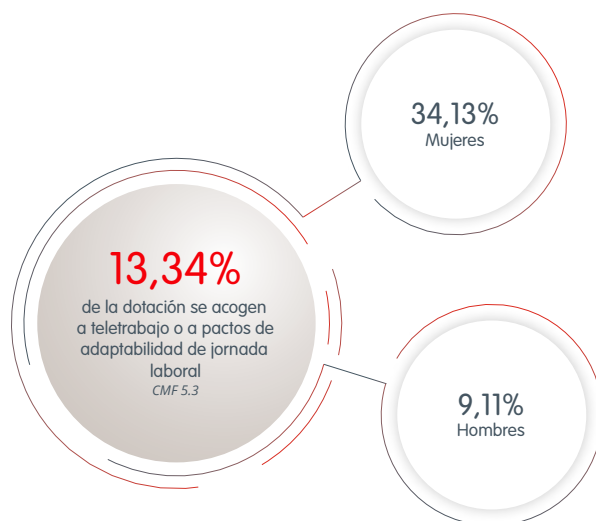
Por número de colaboradores (FTE) al 31 de diciembre 2023.

GRI 2-8

	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
Total colaboradores: dotación propia	2.884	14.192	17.076
Total colaboradores: terceros	634	1.957	2.591
<b>Total colaboradores: propios + terceros</b>	<b>3.518</b>	<b>16.148</b>	<b>19.667</b>

FTE: Full Time Equivalent (Equivalente a tiempo completo, con horas extras).

Dotación de terceros corresponde sólo a aquellos que realizan actividades principales del negocio como fuerza de ventas tercerizada, reponedores y personal de Call Center.



No se registran colaboradores con pactos de adaptabilidad para trabajadores con responsabilidades familiares para este periodo.

### Dotación por categoría de funciones

Por número de colaboradores propios (Head Count) al 31 de diciembre 2023.

GRI 405-1 | CMF 5.1.1

	Mujeres	Hombres	Total
Alta gerencia	0	10	10
Gerencia	13	45	58
Jefatura	396	1.325	1.721
Operario	528	8.306	8.834
Fuerza de venta	641	2.016	2.657
Administrativo	1.018	1.267	2.285
Auxiliar	85	200	285
Otros profesionales	29	30	59
Otros técnicos	100	619	719
<b>Total</b>	<b>2.810</b>	<b>13.818</b>	<b>16.628</b>

## Dotación por nacionalidad

Por número de colaboradores propios (Head Count) al 31 de diciembre 2023.

CMF 5.1.2

## Dotación total

	Angolano	Argentina	Boliviana	Brasileña	Chilena	Colombiana	Cubana	Dominicana	Ecuatoriana	Española	Estadunidense	Haitiana	Italiana	Mexicana	Paraguaya	Peruana	Portuguesa	Uruguaya	Venezolana	Total
Alta gerencia	0	3	0	1	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10
Gerencia	0	12	0	6	29	1	0	0	0	0	0	0	0	0	8	0	1	1	0	58
Jefatura	0	612	1	506	331	3	0	0	2	1	0	0	1	0	236	3	0	0	25	1.721
Operario	1	1.762	40	4.396	1.650	65	2	2	2	1	0	118	0	1	488	60	0	0	246	8.834
Fuerza de venta	0	457	1	1.578	440	8	0	0	2	1	1	0	0	0	105	1	0	1	62	2.657
Administrativo	0	523	3	792	669	11	1	2	0	1	0	2	0	0	172	3	0	0	106	2.285
Auxiliar	0	0	0	248	29	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	5	285
Otros Profesionales	0	0	0	19	36	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2	59
Otros técnicos	0	1	0	496	159	1	0	0	0	0	0	0	0	0	33	2	0	0	27	719
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>3.370</b>	<b>45</b>	<b>8.042</b>	<b>3.349</b>	<b>90</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>121</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1.044</b>	<b>70</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>473</b>	<b>16.628</b>

## Mujeres

Alta gerencia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gerencia	0	2	0	1	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	13
Jefatura	0	82	0	147	93	2	0	0	1	1	0	0	0	0	61	0	0	0	9	396
Operario	0	86	4	202	157	22	0	0	0	0	0	9	0	1	9	6	0	0	32	528
Fuerza de venta	0	29	1	467	116	4	0	0	0	1	0	0	0	0	5	1	0	1	16	641
Administrativo	0	182	1	436	262	5	0	0	0	1	0	0	0	0	77	0	0	0	54	1.018
Auxiliar	0	0	0	78	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	85
Otros Profesionales	0	0	0	9	17	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	1	29
Otros técnicos	0	0	0	67	26	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	5	100
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>381</b>	<b>6</b>	<b>1.407</b>	<b>684</b>	<b>34</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>156</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>118</b>	<b>2.810</b>

## Hombres

Alta gerencia	0	3	0	1	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10
Gerencia	0	10	0	5	21	1	0	0	0	0	0	0	0	0	6	0	1	1	0	45
Jefatura	0	530	1	359	238	1	0	0	1	0	0	0	1	0	175	3	0	0	16	1.325
Operario	1	1.676	36	4.194	1.493	43	2	2	2	1	0	109	0	0	479	54	0	0	214	8.306
Fuerza de venta	0	428	0	1.111	324	4	0	0	2	0	1	0	0	0	100	0	0	0	46	2.016
Administrativo	0	341	2	356	407	6	1	2	0	0	0	2	0	0	95	3	0	0	52	1.267
Auxiliar	0	0	0	170	24	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	4	200
Otros Profesionales	0	0	0	10	19	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	30
Otros técnicos	0	1	0	429	133	0	0	0	0	0	0	0	0	0	33	1	0	0	22	619
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>2.989</b>	<b>39</b>	<b>6.635</b>	<b>2.665</b>	<b>56</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>112</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>888</b>	<b>61</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>355</b>	<b>13.818</b>

## Dotación por rango de edad

Por número de colaboradores propios (Head Count) al 31 de diciembre 2023.

GRI 405-1 | CMF 5.1.3

### Dotación total

	Menor de 30 años	Entre 30 y 40 años	Entre 41 y 50 años	Entre 51 y 60 años	Entre 61 y 70 años	Mayor a 70 años	Total
Alta gerencia	0	0	2	4	4	0	10
Gerencia	0	8	23	22	5	0	58
Jefatura	105	687	648	252	29	0	1.721
Operario	2.282	3.248	2.197	951	153	3	8.834
Fuerza de venta	893	1.077	546	128	10	3	2.657
Administrativo	731	912	416	189	37	0	2.285
Auxiliar	50	85	75	57	16	2	285
Otros Profesionales	18	32	6	0	3	0	59
Otros técnicos	139	284	178	107	11	0	719
<b>Total</b>	<b>4.218</b>	<b>6.333</b>	<b>4.091</b>	<b>1.710</b>	<b>268</b>	<b>8</b>	<b>16.628</b>

### Mujeres

Alta gerencia	0	0	0	0	0	0	0
Gerencia	0	2	6	4	1	0	13
Jefatura	49	200	113	34	0	0	396
Operario	196	201	91	36	4	0	528
Fuerza de venta	240	261	116	22	2	0	641
Administrativo	386	391	169	63	9	0	1.018
Auxiliar	9	24	24	25	3	0	85
Otros Profesionales	9	16	3	0	1	0	29
Otros técnicos	46	42	8	4	0	0	100
<b>Total</b>	<b>935</b>	<b>1.137</b>	<b>530</b>	<b>188</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>2.810</b>

### Hombres

Alta gerencia	0	0	2	4	4	0	10
Gerencia	0	6	17	18	4	0	45
Jefatura	56	487	535	218	29	0	1.325
Operario	2.086	3.047	2.106	915	149	3	8.306
Fuerza de venta	653	816	430	106	8	3	2.016
Administrativo	345	521	247	126	28	0	1.267
Auxiliar	41	61	51	32	13	2	200
Otros Profesionales	9	16	3	0	2	0	30
Otros técnicos	93	242	170	103	11	0	619
<b>Total</b>	<b>3.283</b>	<b>5.196</b>	<b>3.561</b>	<b>1.522</b>	<b>248</b>	<b>8</b>	<b>13.818</b>



### Dotación por antigüedad laboral

Por número de colaboradores propios (Head Count) al 31 de diciembre 2023.

CMF 5.1.4

#### Dotación total

	Menos de 3 años	Entre 3 y 6 años	Más de 6 y menos de 9 años	Entre 9 y 12 años	Más de 12 años	Total
Alta gerencia	0	1	1	4	4	10
Gerencia	10	11	3	13	21	58
Jefatura	265	305	150	286	715	1.721
Operario	4.603	1.376	539	855	1.461	8.834
Fuerza de venta	1.434	586	138	185	314	2.657
Administrativo	1.099	489	153	233	311	2.285
Auxiliar	167	81	17	15	5	285
Otros Profesionales	31	13	4	8	3	59
Otros técnicos	253	193	48	79	146	719
<b>Total</b>	<b>7.862</b>	<b>3.055</b>	<b>1.053</b>	<b>1.678</b>	<b>2.980</b>	<b>16.628</b>

#### Mujeres

Alta gerencia	0	0	0	0	0	0
Gerencia	3	2	2	3	3	13
Jefatura	116	84	39	54	103	396
Operario	395	70	10	27	26	528
Fuerza de venta	486	102	21	13	19	641
Administrativo	568	229	55	87	79	1.018
Auxiliar	55	24	1	4	1	85
Otros Profesionales	17	7	0	5	0	29
Otros técnicos	56	24	3	6	11	100
<b>Total</b>	<b>1.696</b>	<b>542</b>	<b>131</b>	<b>199</b>	<b>242</b>	<b>2.810</b>

#### Hombres

Alta gerencia	0	1	1	4	4	10
Gerencia	7	9	1	10	18	45
Jefatura	149	221	111	232	612	1.325
Operario	4.208	1.306	529	828	1.435	8.306
Fuerza de venta	948	484	117	172	295	2.016
Administrativo	531	260	98	146	232	1.267
Auxiliar	112	57	16	11	4	200
Otros Profesionales	14	6	4	3	3	30
Otros técnicos	197	169	45	73	135	619
<b>Total</b>	<b>6.166</b>	<b>2.513</b>	<b>922</b>	<b>1.479</b>	<b>2.738</b>	<b>13.818</b>



### Dotación por personas en situación de discapacidad

Por número de colaboradores propios (Head Count) al 31 de diciembre 2023.  
CMF 5.1.5

	Mujeres	Hombres	Total
Alta gerencia	0	0	0
Gerencia	0	0	0
Jefatura	2	1	3
Operario	13	58	71
Fuerza de venta	1	4	5
Administrativo	168	111	279
Auxiliar	31	55	86
Otros profesionales	0	0	0
Otros técnicos	1	6	7
<b>Total</b>	<b>216</b>	<b>235</b>	<b>451</b>

### Ratio sueldo base inicial vs. salario mínimo legal

GRI 202-1

	2020	2021	2022	2023
Argentina	330,6%	316,5%	317,8%	298,5%
Brasil	115,4%	107,6%	117,9%	107,2%
Chile	143,4%	182,9%	163,0%	151,1%
Paraguay	114,0%	126,1%	118,2%	60,0%

Nota: Sueldo base mínimo inicial sin adicionales.

No se registran proporciones significativas de colaboradores que reciben su salario en función de las reglas sobre salarios mínimos.

Argentina corresponde a Andina Argentina y Andina Empaques Argentina. Chile corresponde a Andina Chile, Vital Aguas, Vital Jugos, Envases Central y Reciclar.

### Ratio entre el salario básico y la remuneración total

GRI 405-2

	Argentina			Brasil			Chile			Paraguay		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Alta gerencia	No aplica	87,6%	87,6%	No aplica	54,2%	54,2%	No aplica	65,2%	65,2%	No aplica	74,3%	74,3%
Gerencia	87,6%	88,0%	87,9%	62,7%	55,5%	56,7%	81,0%	79,9%	80,2%	81,8%	79,4%	79,8%
Jefatura	76,7%	74,1%	74,4%	64,2%	77,4%	73,6%	84,2%	83,4%	83,6%	86,4%	68,0%	72,9%
Operario	91,2%	92,4%	92,3%	92,6%	72,5%	73,5%	84,6%	83,1%	83,3%	97,1%	85,2%	85,5%
Fuerza de venta	95,4%	96,3%	96,2%	77,8%	67,9%	70,8%	65,7%	60,1%	61,6%	28,9%	29,6%	29,6%
Administrativo	87,7%	85,3%	86,2%	89,8%	89,7%	89,8%	89,7%	84,7%	86,7%	94,1%	94,6%	94,4%
Auxiliar	No aplica	No aplica	No aplica	93,1%	91,9%	92,3%	75,5%	68,8%	70,1%	No aplica	No aplica	No aplica
Otros profesionales	No aplica	No aplica	No aplica	87,6%	87,1%	87,3%	92,1%	93,6%	93,0%	93,1%	No aplica	93,1%
Otros técnicos	No aplica	No aplica	No aplica	91,4%	90,4%	90,5%	80,1%	78,2%	78,5%	No aplica	82,8%	82,8%
<b>Total</b>	<b>86,9%</b>	<b>88,9%</b>	<b>88,7%</b>	<b>83,8%</b>	<b>74,6%</b>	<b>76,2%</b>	<b>83,3%</b>	<b>80,4%</b>	<b>81,0%</b>	<b>88,6%</b>	<b>76,3%</b>	<b>78,2%</b>

Argentina corresponde a Andina Argentina y Andina Empaques Argentina. Chile corresponde a Andina Chile, Vital Aguas, Vital Jugos, Envases Central y Reciclar.

### Brecha salarial:

#### Media

Proporción salarial calculado con la media = (Media salario bruto por hora Mujeres / Media salario bruto por hora Hombres) \* 100

GRI 405-2 | CMF 5.4.2

	TOTAL Coca-Cola Andina
Alta gerencia	No aplica
Gerencia	75,7%
Jefatura	97,5%
Operario	98,1%
Fuerza de venta	78,2%
Administrativo	87,0%
Auxiliar	82,4%
Otros profesionales	116,4%
Otros técnicos	97,5%
<b>Total</b>	<b>111,2%</b>

### Brecha salarial:

#### Mediana

Proporción salarial calculado con la mediana = (Mediana de salario bruto por hora Mujeres / Mediana salario bruto por hora Hombres) \* 100

GRI 405-2 | CMF 5.4.2

	TOTAL Coca-Cola Andina
Alta gerencia	No aplica
Gerencia	85,3%
Jefatura	92,2%
Operario	112,4%
Fuerza de venta	92,5%
Administrativo	95,7%
Auxiliar	66,1%
Otros profesionales	101,2%
Otros técnicos	89,9%
<b>Total</b>	<b>147,4%</b>

## CLIMA INTERNO Y BENEFICIOS

Evaluación de clima interno  
(compromiso organizacional)

	2022	2023
Argentina	3,5	3,61
Brasil	4,1	4,15
Chile	3,7	3,73
Paraguay	3,7	3,82

Nota: En 2022 la encuesta presenta un cambio en la metodología, pasamos a un cuestionario que se enfoca solo en las variables principales de clima, con puntuación de 1 a 5. Argentina corresponde a Andina Argentina y Andina Empaques Argentina. Chile corresponde a Andina Chile.

Tasa de ausentismo  
(Porcentaje de ausentismo/año)

	2020	2021	2022	2023
Argentina	1,97%	2,95%	3,53%	3,50%
Brasil	2,10%	2,28%	1,86%	1,64%
Chile	5,35%	7,05%	6,42%	4,09%
Paraguay	1,60%	1,03%	1,29%	1,96%

Nota: Dotación propia. Argentina corresponde a Andina Argentina y Andina Empaques Argentina. Chile corresponde a Andina Chile, Vital Aguas, Vital Jugos, Envases Central y Reciclar.

Promedio de días utilizados durante el permiso postnatal

Por número de colaboradores propios (Head Count) al 31 de diciembre 2023.

	Argentina		Brasil		Chile		Paraguay		Total	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Alta gerencia	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
Gerencia	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	0	No aplica	No aplica	No aplica	0
Jefatura	15	4	88	5	95	12	135	14	91	10
Operario	59	4	82	5	69	15	No aplica	14	74	8
Fuerza de venta	63	5	93	5	182	15	No aplica	14	109	10
Administrativo	53	4	96	5	128	16	126	14	107	10
Auxiliar	No aplica	No aplica	100	5	0	No aplica	No aplica	No aplica	50	5
Otros profesionales	No aplica	No aplica	120	No aplica	89	20	No aplica	No aplica	95	20
Otros técnicos	No aplica	No aplica	80	4	105	0	No aplica	14	99	4
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>4</b>	<b>93</b>	<b>5</b>	<b>116</b>	<b>14</b>	<b>132</b>	<b>14</b>	<b>100</b>	<b>8</b>

Días otorgados por conceptos de permiso postnatal hombres: Argentina: 3 días (más 4 días adicionales otorgados por la Compañía); Brasil: 5 días; Chile: 5 días (10 días consecutivos, adicionales, otorgados por la Compañía); Paraguay: 14 días corridos (incluye feriados y domingos). Días otorgados por conceptos de permiso postnatal mujeres: Argentina: 90 días; Brasil: 120 días; Chile: 84 días (postnatal extendido: 84 días o 126 medios días); Paraguay: 126 días corridos (incluye feriados y domingos).

Número de colaboradores que han regresado al trabajo después de terminar el permiso postnatal por operación

GRI 401-3

	2020		2021		2022		2023	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Argentina	14	97	16	65	10	59	10	51
Brasil	41	149	41	167	32	121	40	135
Chile	40	82	29	70	32	81	47	75
Paraguay	14	58	7	45	4	48	7	38
<b>Total Coca-Cola Andina</b>	<b>109</b>	<b>386</b>	<b>93</b>	<b>347</b>	<b>78</b>	<b>309</b>	<b>104</b>	<b>299</b>

Nota: Dotación propia. Argentina corresponde a Andina Argentina y Andina Empaques Argentina. Chile corresponde a Andina Chile, Vital Aguas, Vital Jugos, Envases Central, Reciclar y Holding

Porcentaje de personas que hizo uso del permiso postnatal

Porcentaje de personas, que hubieren hecho uso de permisos de postnatal, considerando el número total de personas elegibles para hacer uso de tales permisos.

CMF 5.7

	Mujeres	Hombres	Total
Argentina	2,3%	1,8%	1,8%
Brasil	5,3%	2,5%	3,0%
Chile	7,6%	3,1%	4,0%
Paraguay	3,8%	2,5%	2,7%
Holding	5,6%	7,1%	6,5%
<b>Total</b>	<b>5,3%</b>	<b>2,5%</b>	<b>3,0%</b>

Argentina corresponde a Andina Argentina y Andina Empaques Argentina. Chile corresponde a Andina Chile, Vital Aguas, Vital Jugos, Envases Central y Reciclar.

## Beneficios adicionales

GRI 401-2, 403-6 | CMF 5.8

## Beneficios en salud

	% de las operaciones que cuentan con este beneficio	
	Empleados jornada completa	Empleados tiempo parcial o temporales
Licencia por maternidad y paternidad por encima de la ley	75,0%	75,0%
Asistencia y seguro médico	100,0%	75,0%
Seguro de Vida adicional al obligatorio de ley	100,0%	100,0%
Plan Dental	50,0%	50,0%
Seguro de salud o plan de obra social según país. Incluye al empleado y grupo familiar, siendo la compañía quien absorbe todas las diferencias que implique el valor del plan versus los aportes y contribuciones de ley.	50,0%	50,0%
Programas de reeducación alimentaria.	50,0%	50,0%
Gimnasia laboral: acceso a planes de actividades físicas en instalaciones propias o por convenio, para el cuidado integral y esparcimiento	75,0%	75,0%
Programas preventivos de vacunación (dengue, gripe, fiebre amarilla, hepatitis A, etc.)	75,0%	75,0%
Chequeo Médico	100,0%	100,0%
Programa de deporte y recreación para trabajadores	50,0%	50,0%
Convenios de descuento con empresas de alimentos y otros	75,0%	75,0%
Refrigerio: Fruta y Yogurt para los puestos administrativos	50,0%	50,0%
Nutricionista en planta	50,0%	50,0%
Convenios de descuento con instituciones de salud y farmacia	50,0%	50,0%
Conferencias, talleres y charlas de interés para colaboradores y grupo familiar	75,0%	75,0%

## Beneficios en educación

Becas de excelencia académica a hijos de los trabajadores para carrera Universitaria	25,0%	25,0%
Descuentos en las tarifas de distintos programas educativos para empleados	100,0%	75,0%
Licencias por exámenes de estudios por encima de la ley	75,0%	50,0%

## Beneficios sociales

	% de las operaciones que cuentan con este beneficio	
	Empleados jornada completa	Empleados tiempo parcial o temporales
Licencias por matrimonio, fallecimiento de familiar próximo, hermanos y abuelos por encima de la ley	75,0%	75,0%
Horario flexible para áreas en donde no se afecte la operación (ej. viernes corto)	75,0%	75,0%
Agasajos especiales (día del trabajador, día de la mujer, día del niño, día de la secretaria, etc.)	100,0%	100,0%
Semana adicional de vacaciones para posiciones de Jefe y superiores	75,0%	75,0%
Viernes casual	100,0%	75,0%
Acompañamiento jubilados	50,0%	50,0%
Medio día de cumpleaños (FCCT)	25,0%	25,0%
Biblioteca interna	50,0%	50,0%
Goce de Feriado en periodo de vacaciones	50,0%	50,0%
Licencia de vacaciones pagas con plus vacacional	75,0%	75,0%
Obsequio de prendas de verano e invierno áreas administrativas	25,0%	25,0%
Licencia por fallecimiento de cónyuge por encima de la ley	75,0%	75,0%
Licencia por mudanza por encima de la ley	25,0%	25,0%
Licencia por donación de sangre por encima de la ley	50,0%	50,0%
Licencia adicional de 2 días por vacaciones por viajes a más de 1000 kms por un mínimo de 10 días (DCCT)	50,0%	50,0%
Fiesta de navidad para trabajador y familia	25,0%	25,0%
Regalo navidad para hijos de trabajadores	25,0%	25,0%
Extensión de la licencia por fallecimiento de familiar indirecto por encima de la ley	75,0%	75,0%
Home Office	100,0%	75,0%
Sala de lactancia	75,0%	75,0%
Guardería - Sala de cuna	75,0%	50,0%
Entradas para participar en eventos.	75,0%	75,0%



## Beneficios económicos

	% de las operaciones que cuentan con este beneficio	
	Empleados jornada completa	Empleados tiempo parcial o temporales
Bebida sin cargo para consumo interno	100,0%	100,0%
Beneficio de Bebidas para Cumpleaños/Navidad/otros	100,0%	100,0%
Bebida sin cargo para el cumpleaños de los hijos de los colaboradores	75,0%	50,0%
Kit de Escuela, bonificación para hijos menores de 18 años	100,0%	75,0%
Subsidios habitacionales	50,0%	25,0%
Gratificación por jubilación	100,0%	75,0%
Servicio de transporte para todo el personal	50,0%	50,0%
Servicio de comedor (bonificado en algún %)	75,0%	75,0%
Concursos para hijos de los colaboradores con mejores promedios	25,0%	25,0%
Caja Navideña	100,0%	100,0%
Regalo de Fin de año/Navidad	50,0%	50,0%
Regalo de Nacimiento	50,0%	50,0%
Productos a disposición del empleado para consumo interno	75,0%	75,0%
Día de pago de haberes (último día hábil del mes o viernes anterior)	100,0%	100,0%
Descuento en compra de productos de la empresa	75,0%	75,0%
Préstamos	50,0%	25,0%
Club de descuentos (vehículos, propiedades, servicios, etc)	75,0%	75,0%
Adicional por título universitario o terciario para trabajadores DCCT	75,0%	50,0%
Reintegro de gastos en hoteles al trabajador DCCT con tope	75,0%	50,0%
Anticipo extraordinario de haberes	75,0%	50,0%
Pago de subsidio licencias médicas 3 primeros días que no cubre plan de salud	50,0%	50,0%
Sucursal banco Galicia en planta Montecristo	50,0%	50,0%
Seguro optativo auto/hogar con convenio de seguros de la compañía	50,0%	50,0%
Aporte por parte del empleador al seguro de vida y/o incorporar al cónyuge dentro del seguro	75,0%	75,0%
Regalos/agasajos celebraciones específicas (día del trabajador, día de la mujer, día del niño, día de la secretaria, etc.)	75,0%	75,0%
Financiamiento actividades recreativas (ej. encuentro matrimonial, día del niño, etc)	50,0%	50,0%
Revisión de Renta por mérito	75,0%	50,0%

## DESARROLLO Y ATRACCIÓN DE TALENTOS

Cantidad de contrataciones de nuevos colaboradores 2023  
(Número de colaboradores)  
GRI 401-1

	Argentina		Brasil		Chile		Paraguay		Holding	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Menor a 30 años	33	67	221	905	28	47	12	16	0	0
Entre 30 y 50 años	24	66	186	957	30	73	9	23	2	1
Más de 50 años	-	1	16	62	1	15	1	2	0	0
<b>Total</b>	<b>57</b>	<b>134</b>	<b>423</b>	<b>1.924</b>	<b>59</b>	<b>135</b>	<b>22</b>	<b>41</b>	<b>2</b>	<b>1</b>

Argentina corresponde a Andina Argentina y Andina Empaques Argentina. Chile corresponde a Andina Chile, Vital Aguas, Vital Jugos, Envases Central y Reciclar.

Tasa de contrataciones de nuevos colaboradores 2023  
(Nuevos colaboradores/dotación propia)  
GRI 401-1

	Argentina		Brasil		Chile		Paraguay		Holding	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Menor a 30 años	0,28	0,14	0,40	0,48	0,13	0,07	0,26	0,07	0,00	0,00
Entre 30 y 50 años	0,10	0,03	0,24	0,24	0,05	0,04	0,09	0,04	0,17	0,05
Más de 50 años	0,00	0,00	0,19	0,09	0,01	0,02	0,08	0,03	0,00	0,00
<b>Total</b>	<b>0,15</b>	<b>0,04</b>	<b>0,30</b>	<b>0,29</b>	<b>0,07</b>	<b>0,04</b>	<b>0,13</b>	<b>0,05</b>	<b>0,11</b>	<b>0,04</b>

Argentina corresponde a Andina Argentina y Andina Empaques Argentina. Chile corresponde a Andina Chile, Vital Aguas, Vital Jugos, Envases Central y Reciclar.

Tasa de rotación promedio mensual  
GRI 401-1

	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay
2020	0,2%	2,7%	1,1%	0,3%
2021	0,4%	2,4%	1,2%	0,4%
2022	0,5%	2,4%	1,6%	0,5%
2023	0,6%	2,2%	1,4%	0,3%

Nota: No se incluye coligadas.

Nota: Tasa de rotación voluntaria Coca-Cola Andina 2023: 1,4%.

Argentina corresponde a Andina Argentina y Andina Empaques Argentina. Chile corresponde a Andina Chile, Vital Aguas, Vital Jugos, Envases Central y Reciclar.

Total de horas de capacitación

	Mujeres	Hombres	Total
2020	40.045	156.232	196.277
2021	63.715	253.455	317.170
2022	59.010	245.879	304.889
2023	88.106	314.349	402.455

Nota: dotación propia.

Promedio de horas de capacitación

	Mujeres	Hombres	Total
2020	19,4	11,6	12,6
2021	27,3	18,5	19,8
2022	21,8	17,8	18,5
2023	31,4	22,7	24,2

Nota: dotación propia.

Total de horas de capacitación 2023, por operación

	Argentina			Brasil			Chile			Paraguay			Holding		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Alta gerencia	-	-	-	0	2	2	-	-	-	44	227	271	-	0	0
Gerencia	39	339	378	10	49	59	217	715	932	298	312	610	8	153	161
Jefatura	4.329	24.202	28.530	2.525	8.692	11.218	10.144	33.221	43.365	1.705	3.551	5.256	115	182	296
Operario	5.506	37.046	42.552	4.154	75.211	79.365	9.076	33.308	42.384	31	3.872	3.903	-	-	-
Fuerza de venta	567	8.332	8.899	3.114	7.025	10.139	1.041	1.781	2.822	41	321	362	-	-	-
Administrativo	11.616	12.314	23.930	6.127	4.431	10.558	3.928	998	4.926	1.070	1.091	2.161	204	34	238
Auxiliar	-	-	-	1.081	4.057	5.138	28	611	639	55	240	295	-	-	-
Otros profesionales	5	72	77	81	18	99	17.650	32.457	50.107	-	-	-	-	-	-
Otros técnicos	-	126	126	2.847	18.090	20.937	-	761	761	452	511	962	-	-	-
<b>Total</b>	<b>22.062</b>	<b>82.430</b>	<b>104.492</b>	<b>19.939</b>	<b>117.575</b>	<b>137.514</b>	<b>42.084</b>	<b>103.852</b>	<b>145.936</b>	<b>3.695</b>	<b>10.123</b>	<b>13.818</b>	<b>326</b>	<b>369</b>	<b>696</b>

Nota: dotación propia.

Argentina corresponde a Andina Argentina y Andina Empaques Argentina. Chile corresponde a Andina Chile. Vital Aguas, Vital Jugos, Envases Central y Reciclar.

Promedio anual de horas de capacitación 2023, por categoría de funciones

GRI 404-1 | CMF 5.8.III

	Mujeres	Hombres	Total
Alta gerencia	No aplica	22,9	27,3
Gerencia	44,0	34,9	36,9
Jefatura	47,5	52,7	51,5
Operario	35,5	18,0	19,0
Fuerza de venta	7,4	8,7	8,4
Administrativo	22,5	14,9	18,3
Auxiliar	13,7	24,5	21,3
Otros profesionales	611,6	1.084,9	852,3
Otros técnicos	33,0	31,5	31,7
<b>Total</b>	<b>31,4</b>	<b>22,7</b>	<b>24,2</b>

Nota: dotación propia.

Total de horas de capacitación 2023, por categoría de funciones

	Mujeres	Hombres	Total
Alta gerencia	44	229	273
Gerencia	572	1.568	2.140
Jefatura	18.818	69.847	88.665
Operario	18.767	149.437	168.204
Fuerza de venta	4.763	17.458	22.221
Administrativo	22.944	18.868	41.812
Auxiliar	1.164	4.907	6.071
Otros profesionales	17.736	32.547	50.283
Otros técnicos	3.299	19.487	22.786
<b>Total</b>	<b>88.106</b>	<b>314.349</b>	<b>402.455</b>

Nota: dotación propia.

Temáticas y materias abordadas en las capacitaciones

GRI 205-2, 404-2 | CMF 5.8.IV

	2020	2021	2022	2023
Desarrollo de habilidades para el trabajo	40,5%	45,9%	43,0%	46,2%
Desarrollo de competencias y empleabilidad	20,4%	16,0%	25,1%	29,5%
Seguridad laboral	27,2%	16,8%	23,9%	17,0%
Sustentabilidad y medio ambiente	6,5%	18,1%	2,0%	3,8%
Ética y código de conducta	5,4%	3,2%	5,9%	3,5%

Nota: Dotación propia

Promedio anual  
de horas de  
capacitación 2023,  
por operación

	Argentina			Brasil			Chile			Paraguay			Holding		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Alta gerencia	No aplica	0,0	0,0	No aplica	1,6	1,6	No aplica	0,0	0,0	No aplica	227,0	271,0	No aplica	0,0	0,0
Gerencia	39,0	56,5	54,0	10,1	9,9	9,9	43,4	44,7	44,4	149,0	34,6	55,4	2,0	17,1	12,4
Jefatura	56,2	46,1	47,4	17,3	24,3	22,3	97,5	130,8	121,1	26,2	19,9	21,6	28,7	18,2	21,2
Operario	64,0	21,9	24,0	20,6	17,9	18,0	39,3	17,2	19,6	3,4	8,1	8,0	No aplica	No aplica	No aplica
Fuerza de venta	18,9	19,4	19,3	6,7	6,3	6,4	7,6	4,8	5,5	6,8	3,1	3,3	No aplica	No aplica	No aplica
Administrativo	63,8	36,1	45,8	14,1	12,4	13,3	12,5	2,1	6,3	13,5	11,5	12,4	25,4	17,2	23,8
Auxiliar	No aplica	No aplica	No aplica	13,9	23,7	20,6	4,0	21,8	18,3	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	0,0	0,0
Otros profesionales	No aplica	No aplica	No aplica	9,0	1,8	5,2	1.103,1	1.622,9	1.391,9	0,0	No aplica	0,0	0,0	No aplica	0,0
Otros técnicos	No aplica	No aplica	No aplica	42,5	42,2	42,2	0,0	4,9	4,0	No aplica	15,0	28,3	No aplica	No aplica	No aplica
<b>Total</b>	<b>58,7</b>	<b>27,6</b>	<b>31,0</b>	<b>14,2</b>	<b>17,7</b>	<b>17,1</b>	<b>49,7</b>	<b>31,9</b>	<b>35,6</b>	<b>22,7</b>	<b>11,3</b>	<b>13,0</b>	<b>18,1</b>	<b>13,2</b>	<b>15,1</b>

Nota: dotación propia.

Argentina corresponde a Andina Argentina y Andina Empaques Argentina. Chile corresponde a Andina Chile, Vital Aguas, Vital Jugos, Envases Central y Reciclar.

Inversión en  
formación

CMF 5.8.1

	2021	2022	2023
Inversión en formación (US\$)	944.815	967.222	1.118.018
Porcentaje de los ingresos invertidos en formación	0,03%	0,03%	0,04%
Ventas (MMUS\$)	2.848	3.058	3.094

Nota: dotación propia.

Porcentaje de  
colaboradores  
con evaluación de  
desempeño

GRI 404-3

	2020	2021	2022	2023
Argentina	55,4%	96,5%	86,8%	94,3%
Brasil	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Chile	97,1%	98,2%	97,8%	97,8%
Paraguay	74,9%	88,8%	34,8%	49,2%

Solo Argentina considera la dotación estacional en el cálculo. Adicionalmente, en el caso de Paraguay no considera la dotación con antigüedad menor a 6 meses y en el caso de Chile, tampoco considera operarios ni la dotación con antigüedad menor a 6 meses.

Nota: Sobre dotación propia.

Argentina corresponde a Andina Argentina y Andina Empaques Argentina. Chile corresponde a Andina Chile, Vital Aguas, Vital Jugos y Envases Central.



## SALUD Y SEGURIDAD

Tasa de fatalidad:  
Dotación propios  
CMF 5.6

	2022	2023
Andina Argentina	0	0
Andina Brasil	0	0
Andina Chile	0	0
Andina Paraguay	0	0
<b>Principales filiales Coca-Cola Andina</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
VJSA	0	0
VASA	0	0
ECSA	0	0
Otras filiales consolidadas*	0	0
<b>Total Coca-Cola Andina</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Cálculo: N° fatalidades por accidentes de trabajo / N° de trabajadores x 100.000.

Tasa de  
accidentabilidad:  
Dotación propios  
CMF 5.6

	2022	2023
Andina Argentina	3,3	2,9
Andina Brasil	0,6	0,7
Andina Chile	0,8	0,9
Andina Paraguay	0,4	0,8
<b>Principales filiales Coca-Cola Andina</b>	<b>1,2</b>	<b>1,2</b>
VJSA	2,5	1,7
VASA	0,0	1,4
ECSA	1,3	0,7
Otras filiales consolidadas*	1,8	1,4
<b>Total Coca-Cola Andina</b>	<b>1,2</b>	<b>1,2</b>

Cálculo: N° accidentes de trabajo / N° de trabajadores x 100.

Tasa de  
fallecimientos por  
accidente laboral:  
Dotación propios  
GRI 403-9

	2022	2023
Andina Argentina	0,00	0,00
Andina Brasil	0,00	0,00
Andina Chile	0,00	0,00
Andina Paraguay	0,00	0,00
<b>Principales filiales Coca-Cola Andina</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
Otras filiales consolidadas*	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Total Coca-Cola Andina</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>

Cálculo: N° muertes por accidente laboral\*200.000/HH trabajadas.

Tasa de  
enfermedades  
profesionales:  
Dotación propios  
CMF 5.6

	2022	2023
Andina Argentina	4,1	1,0
Andina Brasil	0,0	0,0
Andina Chile	0,0	0,0
Andina Paraguay	0,0	0,0
<b>Principales filiales Coca-Cola Andina</b>	<b>0,8</b>	<b>0,2</b>
VJSA	0,0	0,0
VASA	0,0	0,0
ECSA	0,0	0,0
Otras filiales consolidadas*	0,0	0,0
<b>Total Coca-Cola Andina</b>	<b>0,8</b>	<b>0,2</b>

Cálculo: N° enfermedades profesionales / N° de trabajadores x 100.

Promedio días  
perdidos por  
accidentes: Dotación  
propios  
CMF 5.6

	2022	2023
Andina Argentina	25,6	30,7
Andina Brasil	9,4	10,2
Andina Chile	18,1	40,7
Andina Paraguay	5,5	17,6
<b>Principales filiales Coca-Cola Andina</b>	<b>19,6</b>	<b>25,9</b>
VJSA	29,1	20,4
VASA	0,0	11,0
ECSA	21,5	3,0
Otras filiales consolidadas*	27,4	16,6
<b>Total Coca-Cola Andina</b>	<b>19,9</b>	<b>25,5</b>

Cálculo: días perdidos por accidentes / N° accidentes de trabajo.

Tasa de  
fallecimientos por  
accidente laboral:  
Dotación terceros  
GRI 403-9

	2022	2023
Andina Argentina	0,00	0,03
Andina Brasil	0,00	0,00
Andina Chile	0,00	0,00
Andina Paraguay	0,00	0,00
<b>Principales filiales Coca-Cola Andina</b>	<b>0,00</b>	<b>0,01</b>
Otras filiales consolidadas*	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Total Coca-Cola Andina</b>	<b>0,00</b>	<b>0,01</b>

Cálculo: N° muertes por accidente laboral\*200.000/HH trabajadas.

Tasa de lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias: Dotación propios  
GRI 403-9

	2022	2023
Andina Argentina	0,09	0,03
Andina Brasil	0,00	0,00
Andina Chile	0,00	0,00
Andina Paraguay	0,00	0,00
<b>Principales filiales Coca-Cola Andina</b>	<b>0,02</b>	<b>0,01</b>

Cálculo: N° lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias x200.000/HH trabajadas.  
Nota: No considera otras filiales consolidadas

Tasa de lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias: Dotación terceros  
GRI 403-9

	2022	2023
Andina Argentina	0,12	0,00
Andina Brasil	0,00	0,00
Andina Chile	0,00	0,00
Andina Paraguay	0,00	0,00
<b>Principales filiales Coca-Cola Andina</b>	<b>0,04</b>	<b>0,00</b>

Cálculo: N° lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias x200.000/HH trabajadas.  
Nota: No considera otras filiales consolidadas

Tasa de lesiones por accidente laboral (LTIR): Dotación propios  
GRI 403-9

	2022	2023
Andina Argentina	3,16	2,78
Andina Brasil	0,58	0,58
Andina Chile	0,69	0,84
Andina Paraguay	0,32	0,62
<b>Principales filiales Coca-Cola Andina</b>	<b>1,08</b>	<b>1,07</b>

Cálculo: N° lesiones por accidente laboral x200.000/HH trabajadas.  
LTIR = Lost Time Incident Rate, índice de frecuencia, número de accidentes con tiempo perdido por cada 200.000 horas trabajadas.  
Nota: No considera otras filiales consolidadas

Tasa de lesiones por accidente laboral (LTIR): Dotación terceros  
GRI 403-9

	2022	2023
Andina Argentina	0,58	0,66
Andina Brasil	0,00	0,00
Andina Chile	1,62	1,24
Andina Paraguay	0,15	0,10
<b>Principales filiales Coca-Cola Andina</b>	<b>0,88</b>	<b>0,73</b>

Cálculo: N° lesiones por accidente laboral x200.000/HH trabajadas.  
LTIR = Lost Time Incident Rate, índice de frecuencia, número de accidentes con tiempo perdido por cada 200.000 horas trabajadas.  
Nota: No considera otras filiales consolidadas

Tasa de accidentes (LTIR): Dotación propios + terceros  
GRI 403-9

	2022	2023
Andina Argentina	1,84	1,63
Andina Brasil	0,51	0,51
Andina Chile	1,23	1,07
Andina Paraguay	0,22	0,30
<b>Principales filiales Coca-Cola Andina</b>	<b>1,00</b>	<b>0,93</b>
Otras filiales consolidadas*	<b>1,26</b>	<b>1,17</b>
<b>Total Coca-Cola Andina</b>	<b>1,01</b>	<b>0,94</b>

Cálculo: N° lesiones por accidente laboral x200.000/HH trabajadas.  
LTIR = Lost Time Incident Rate, índice de frecuencia, número de accidentes con tiempo perdido por cada 200.000 horas trabajadas.  
Meta LTIR 2023 para principales filiales es de 0,95.

Tasa de días de baja por accidentes (LTISR): Dotación propios + terceros  
GRI 403-9

	2022	2023
Andina Argentina	49,0	53,4
Andina Brasil	4,8	5,3
Andina Chile	14,8	28,6
Andina Paraguay	2,7	5,2
<b>Principales filiales Coca-Cola Andina</b>	<b>18,0</b>	<b>23,9</b>
Otras filiales consolidadas*	<b>20,8</b>	<b>18,5</b>
<b>Total Coca-Cola Andina</b>	<b>18,1</b>	<b>23,8</b>

Cálculo: N° días perdidos por accidentes x200.000/HH trabajadas.  
LTISR = Lost Time Injury Severity Rate, índice de gravedad, número de días perdidos por cada 200.000 horas trabajadas.

Tasa de enfermedades profesionales: Dotación propios + terceros  
GRI 403-10

	2022	2023
Andina Argentina	1,91	0,45
Andina Brasil	0,00	0,00
Andina Chile	0,00	0,00
Andina Paraguay	0,00	0,00
<b>Principales filiales Coca-Cola Andina</b>	<b>0,45</b>	<b>0,11</b>

Cálculo: N° personas con enfermedad profesional x200.000/HH trabajadas.  
Nota: No considera otras filiales consolidadas



## COMUNIDAD

### Pérdida de alimentos

(Tn/año)  
GRI: 306-4; 306-5

	2020	2021	2022	2023
Pérdida y desperdicio de alimentos	35.814	29.846	39.599	47.251
Utilizados para fines alternativos	2.128	904	1.124	2.662
<b>Total Coca-Cola Andina</b>	<b>33.686</b>	<b>28.942</b>	<b>38.475</b>	<b>44.589</b>

### Cantidad de beneficiarios en la comunidad

(cantidad/año)  
GRI 413-1

	2020	2021	2022	2023
Argentina	352.597	387.644	493.026	310.369
Brasil	310.385	38.697	29.967	29.713
Chile	1.036.180	159.671	217.589	577.144
Paraguay	46.520	83.513	68.204	117.308
<b>Total Coca-Cola Andina</b>	<b>1.745.682</b>	<b>669.525</b>	<b>808.786</b>	<b>1.034.534</b>

### Horas de voluntariado

(hrs/año)  
GRI 413-1

	2020	2021	2022	2023
Argentina	907	870	343	701
Brasil	252	312	364	813
Chile	849	13	35	402
Paraguay	-	-	-	-
<b>Total Coca-Cola Andina</b>	<b>2.008</b>	<b>1.195</b>	<b>742</b>	<b>1.916</b>

### Litros de bebida donados

(litros/año)  
GRI 413-1

	2020	2021	2022	2023
Argentina	945.117	377.737	678.283	271.847
Brasil	122.787	196.604	36.046	111.207
Chile	549.124	280.783	407.588	2.136.142
Paraguay	511.141	48.866	2.253	142.733
<b>Total Coca-Cola Andina</b>	<b>2.128.169</b>	<b>903.990</b>	<b>1.124.169</b>	<b>2.661.929</b>

# ÍNDICE DE NORMAS Y ESTÁNDARES



## 2. Perfil de la entidad

		Página	Comentario
2.1.	Misión, visión, propósito y valores	5,10,47,66	
2.2.	Información histórica de la entidad	12	
2.3.	Propiedad		
2.3.1	Situación de control	32,131-132,134	
2.3.2	Cambios importantes en la propiedad o control	131	
2.3.3	Identificación de socios o accionistas mayoritarios	131-132, 134	
2.3.4	Acciones, sus características y derechos		
2.3.4.I	Descripción de la serie de acciones	130	
2.3.4.II	Política de dividendos	135	
2.3.4.III	Información estadística		
2.3.4.III.A	Dividendos	135	
2.3.4.III.B	Transacciones en bolsas	136-137	
2.3.4.III.C	Número de accionistas	130	
2.3.5	Otros valores emitidos por la entidad	137	

## 3. Gobierno Corporativo

3.1	Marco de gobernanza		
3.1	Organigrama	26	
3.1.I	Garantía y evaluación del gobierno corporativo	27, 46	
3.1.II	Enfoque de sostenibilidad en los negocios	16, 26-27, 47, 53, 66	
3.1.III	Detección y gestión de conflictos de interés	43-44, 46-47	
3.1.IV	Preocupaciones de los principales grupos de interés	16-18	
3.1.V	Promoción de la innovación, investigación y desarrollo	88-91	
3.1.VI	Detección y reducción de barreras organizacionales, sociales o culturales	46, 66	
3.1.VII	Identificación de diversidad de capacidades, conocimientos, condiciones, experiencias y visiones	26, 47, 66	
3.2	Directorio		
3.2.I	Identificación de sus integrantes	29-31	
3.2.II	Ingresos de los miembros del directorio	35	
3.2.III	Política para la contratación de expertos por parte del Directorio	34	
3.2.IV	Matriz de conocimientos	33	
3.2.V	Inducción de nuevos integrantes	32	
3.2.VI	Periodicidad con la cual se reúne con unidades de gestión de riesgo, auditoría interna y responsabilidad social	38	

		Página	Comentario
3.2.VII	Informes de asuntos relacionados con las materias ambientales y sociales	27, 33, 36, 48, 53	
3.2.VIII	Visitas en terreno	33	
3.2.IX	Desempeño colectivo y/o individual	34	
3.2.IX.A	Detección de áreas en que el directorio puede capacitarse	34	
3.2.IX.B	Detección y reducción barreras organizacionales, sociales o culturales del directorio	33	
3.2.IX.C	Contratación de asesoría para la evaluación del desempeño y funcionamiento del directorio	34	
3.2.X	Número mínimo de reuniones ordinarias	33	
3.2.XI	Cambio en la organización interna y funcionamiento ante situaciones de contingencia o crisis	33	
3.2.XII	Sistema de acceso a la información para los integrantes del directorio	34	
3.2.XII.A	Sistema de acceso a la información para los integrantes del directorio: actas y documentos	34	
3.2.XII.B	Sistema de acceso a la información para los integrantes del directorio: minuta	34	
3.2.XII.C	Sistema de acceso a la información para los integrantes del directorio: canal de denuncias	45	
3.2.XII.D	Sistema de acceso a la información para los integrantes del directorio: texto definitivo del acta de cada sesión	34	
3.2.XIII	Conformación del Directorio		
3.2.XIII.A	Conformación del Directorio: hombres y mujeres	33, 196	
3.2.XIII.B	Conformación del Directorio: nacionalidad	33, 196	
3.2.XIII.C	Conformación del Directorio: rango de edad	196	
3.2.XIII.D	Conformación del Directorio: antigüedad en la organización	196	
3.2.XIII.E	Conformación del Directorio: situación de discapacidad	196	
3.2.XIII.F	Conformación del Directorio: brecha salarial	35	
3.3	Comités del Directorio		
3.3.I	Descripción del rol y principales funciones de los comités	36-37	
3.3.II	Identificación de sus integrantes	36-37	
3.3.III	Ingresos de los miembros de los comités	35	
3.3.IV	Principales actividades que el comité haya desarrollado durante el año	36-37	
3.3.V	Contratación de asesorías y gastos	34	
3.3.VI	Comité de Directores del artículo 50 bis de la Ley N°18.046	38	
3.3.VII	Periodicidad con la cual reportan al Directorio	36-37	
3.4	Ejecutivos principales		
3.4.I	Cargo, nombre, RUT, profesión y fecha desde la cual desempeña el cargo	39-41	
3.4.II	Monto de las remuneraciones percibidas por los ejecutivos principales	39, 42	
3.4.III	Planes de compensación o beneficios especiales dirigidos a ejecutivos principales	42	
3.4.IV	Porcentaje de participación en la propiedad del emisor	42, 132	
3.5	Adherencia a códigos nacionales o internacionales	32	
3.6	Gestión de riesgos		



		Página	Comentario
3.6.I	Directrices generales establecidas por el Directorio	47-48	
3.6.II	Riesgos y oportunidades que pudieran afectar de manera material el desempeño de los negocios y la condición financiera	50-55	
3.6.II.A	Riesgos y oportunidades inherentes a las actividades de la entidad	50-55	
3.6.II.B	Riesgos de seguridad de la información	57	
3.6.II.C	Riesgos relativos a la libre competencia	56	
3.6.II.D	Riesgos referentes a la salud y seguridad de los consumidores	56	
3.6.II.E	Otros riesgos y oportunidades derivados de los impactos en el medioambiente o en la sociedad, generados directa o indirectamente	56	
3.6.III	Detección de riesgos y cómo se determinan aquellos relativamente más significativos	49	
3.6.IV	Rol del Directorio, u órgano de administración, y alta gerencia, en la detección, evaluación, gestión y monitoreo de riesgos	38, 48	
3.6.V	Unidad de gestión de riesgos	38, 48	
3.6.VI	Unidad de auditoría interna o equivalente	38, 48-49	
3.6.VII	Código de Ética o de Conducta o documento equivalente	28, 46	
3.6.VIII	Programas de divulgación de información y capacitación de las políticas, procedimientos, controles y códigos implementados para la gestión de riesgos	28, 49	
3.6.IX	Canal disponible para su personal, accionistas, clientes, proveedores y/o terceros ajenos a la entidad, para la denuncia de eventuales irregularidades o ilícitos	45	
3.6.X	Plan de Sucesión del gerente general y demás ejecutivos principales	62	
3.6.XI	Revisión de estructuras salariales y políticas de compensación por parte del Directorio	42	
3.6.XII	Estructuras salariales y políticas de compensación e indemnización del gerente general y demás ejecutivos principales	42	
3.6.XIII	Modelo implementado de prevención de delitos conforme a lo establecido en la Ley N°20.393	43	
3.7	Relación con los grupos de interés y el público en general		
3.7.I	Unidad de relaciones con los grupos de interés y medios de prensa	21-22	
3.7.II	Procedimiento de mejora continua para procesos de elaboración y difusión de las revelaciones que realiza la entidad al mercado	14	
3.7.III	Procedimiento para que los accionistas se puedan informar con antelación a la junta de accionistas en que se elegirán directores acerca de las características, capacidades y visiones de los postulantes	32-33	
3.7.IV	Sistema o procedimiento que permita a los accionistas participar y ejercer su derecho a voto por medios remotos	135	
<b>4. Estrategia</b>			
4.1	Horizontes de tiempo	172	
4.2	Objetivos estratégicos	16, 47	
4.3	Planes de inversión	19-20	

## 5. Personas

		Página	Comentario
5.1	Dotación de personal		
5.1.1	Número de personas por sexo	197	
5.1.2	Número de personas por nacionalidad	198	
5.1.3	Número de personas por rango de edad	199	
5.1.4	Antigüedad laboral	200	
5.1.5	Número de personas con discapacidad	201	
5.2	Formalidad laboral	196-197	
5.3	Adaptabilidad laboral	197	
5.4	Equidad salarial por sexo		
5.4.1	Política de equidad	68	
5.4.2	Brecha salarial (Media y Mediana)	201	
5.5	Acoso laboral y sexual	47, 67	"Durante el año 2023, se registraron en Chile 3 denuncias de acoso sexual, todas derivadas a las Inspecciones Provinciales o Comunes del Trabajo respectivas; y 15 denuncias de acoso laboral, presentadas ante la Gerencia de Personas, las cuales fueron investigadas de forma interna en conformidad a lo establecido en los Reglamentos Internos de Orden, Higiene y Seguridad de la Compañía. En Brasil, se registraron 6 denuncias de acoso laboral de las cuales una de ellas fue presentada ante la autoridad laboral competente en dicho país. Para el tratamiento de cada una de ellas se siguió el procedimiento regular establecido en cada jurisdicción. En el año 2023, la Compañía capacitó en temáticas de acoso laboral y sexual a 7.987 colaboradores. "
5.6	Seguridad laboral	72, 208	
5.7	Permiso postnatal	68, 202	
5.8	Capacitación y beneficios	64, 68, 203	
5.8.I	Monto total de recursos monetarios y el porcentaje que éstos representan del ingreso	64, 207	
5.8.II	Número total de personal capacitado y el porcentaje que ese número representa de la dotación total	64	
5.8.III	Promedio anual de horas de capacitación	206	
5.8.IV	Materias abordadas por las capacitaciones	206	
5.9	Política de subcontratación	28	Si bien la Compañía no cuenta con una política de subcontratación transversal, cada una de las operaciones cuentan con procedimientos que regulan la subcontratación del personal que desempeña funciones dentro de la empresa, los que incorporan los lineamientos de las leyes locales, relacionadas a la responsabilidad solidaria de la Compañía.

## 6. Modelo de negocios

		Página	Comentario
6.1	Sector industrial		
6.1.I	Naturaleza de los productos y/o servicios	10	
6.1.II	Competencia en el sector industrial	78	
6.1.III	Marco legal o normativo que regule o que afecte la industria en la cual participa	129	
6.1.IV	Entidades reguladoras nacionales o extranjeras que cuenten con atribuciones fiscalizadoras sobre la entidad	129	
6.1.V	Principales grupos de interés	21-22	
6.1.VI	Afiliación a gremios, asociaciones u organizaciones	23	
6.2	Negocios		
6.2.I	Principales bienes producidos y/o servicios prestados y los principales mercados en los cuales son comercializados dichos productos	80, 173	
6.2.II	Canales de venta y métodos de distribución	13, 84	
6.2.III	Número de proveedores que representen en forma individual, al menos el 10% del total de compras efectuadas en el período	127	
6.2.IV	Número de clientes que concentren en forma individual, a lo menos, un 10% del ingreso del segmento	84, 175	
6.2.V	Principales marcas utilizadas en la comercialización de los bienes y servicios	80, 173	
6.2.VI	Patentes de propiedad de la entidad	155	
6.2.VII	Principales licencias, franquicias, royalties y/o concesiones de propiedad de la entidad	154-155	
6.2.VIII	Otros factores del entorno externo que fueran relevantes para el desarrollo de los negocios	50-52, 56	
6.3	Grupos de interés	21-23	
6.4	Propiedades e instalaciones		
6.4.I	Características más relevantes de las principales propiedades	149-153	
6.4.II	Empresas de extracción de recursos naturales: Identificación de las áreas de concesión y/o los terrenos que posee	-	No aplica por la naturaleza del negocio
6.4.III	Estado de propiedad de las instalaciones o algún otro tipo de contrato, como leasing financiero u operativo	149-153	
6.5	Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades		
6.5.1	Subsidiarias y asociadas		
6.5.1.I	Individualización, domicilio y naturaleza jurídica.	139-146	
6.5.1.II	Capital suscrito y pagado	139-146	
6.5.1.III	Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla	139-146	
6.5.1.IV	Nombre y apellidos del o los directores, administradores y gerente general.	139-146	
6.5.1.V	Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora	139-146	
6.5.1.VI	Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz	139-146	
6.5.1.VII	Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada	139-146	

		Página	Comentario
6.5.1.VIII	Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas	139-146	
6.5.1.IX	Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas	139-146	
6.5.1.X	Cuadro esquemático en que se expongan las relaciones de propiedad	138	
6.5.2	Inversión en otras sociedades	139	
6.5.2.I	Individualización de ellas y naturaleza jurídica.	-	La Compañía no posee inversiones que representen más del 20% del activo total de la entidad
6.5.2.II	Porcentaje de participación.	-	La Compañía no posee inversiones que representen más del 20% del activo total de la entidad
6.5.2.III	Descripción de las principales actividades que realicen.	-	La Compañía no posee inversiones que representen más del 20% del activo total de la entidad
6.5.2.IV	Porcentaje del activo total individual de la sociedad que representan estas inversiones.	-	La Compañía no posee inversiones que representen más del 20% del activo total de la entidad

## 7. Gestión de Proveedores

7.1	Pago a proveedores	124	
7.1.I	Número de Facturas pagadas	193-195	
7.1.II	Monto total pagado (millones de pesos)	193-195	
7.1.III	Monto Total intereses por mora en pago de facturas (millones de pesos)	193-195	
7.1.IV	Número de Proveedores	192	
7.1.V	Número de acuerdos inscritos en el Registro de Acuerdos con Plazo Excepcional de Pago que lleva el Ministerio de Economía	195	
7.2	Evaluación de proveedores	125, 192	

## 8. Indicadores

GRI 2-27

		Página	Comentario
8.1	Cumplimiento legal y normativo		
8.1.1	Cumplimiento legal y normativo: en relación con clientes	-	Durante el año 2023, la Compañía no fue sancionada por incumplimientos regulatorios referidos a derechos de sus clientes ni por infracciones a la Ley N°19.496 sobre Protección de los Derechos del Consumidor.
8.1.2	Cumplimiento legal y normativo: en relación con sus trabajadores	71	Durante el año 2023, la Compañía fue sancionada por 46 incumplimientos regulatorios referido al derecho de sus trabajadores en Brasil, por un monto total de R\$216.435,9, mientras que en Chile fue sancionada por 11 incumplimiento por un total de Ch\$ 25 millones.
8.1.3	Cumplimiento legal y normativo: Medioambiental	-	La Compañía cuenta con un Sistema Integrado de Gestión (SIG) que establece procedimientos que le permiten monitorear el cumplimiento de la normativa medioambiental, el cual es certificado anualmente bajo los estándares ISO14001. Durante el año 2023, la Compañía no tuvo sanciones ejecutoriadas de la Superintendencia de Medio Ambiente (SMA) ni tampoco de organismos equivalentes en jurisdicciones extranjeras. Tampoco tiene planes de cumplimiento ni planes de reparación de daño ambiental.
8.1.4	Cumplimiento legal y normativo: Libre Competencia	46, 56	Durante el año 2023, la Compañía no fue sancionada por incumplimientos regulatorios que puedan afectar la libre competencia.
8.1.5	Cumplimiento legal y normativo: Otros	43-44, 47	Durante el año 2023, la Compañía no fue sancionada por incumplimientos regulatorios a la Ley 20.393 que establece la responsabilidad penal de las personas jurídicas.
8.2	Indicadores de sostenibilidad por tipo de industria	218-219	
9. Hechos relevantes o esenciales	Resumen de los hechos esenciales o relevantes divulgados por la entidad durante el período anual	157-159	
10. Comentarios de accionistas y del comité de directores	Síntesis fiel de los comentarios y proposiciones relativos a la marcha de los negocios sociales, formuladas por accionistas y el Comité de Directores	135	
11. Informes financieros	Disponibilidad de los estados financieros de la entidad en el sitio en Internet de la Comisión para el Mercado Financiero y en el de la propia entidad	160-168	





Sector de alimentos y bebidas - bebidas sin alcohol  
Código de la industria: fb-nb

Tema	Código	Parámetro de contabilidad	Categoría	Unidad de medida	Página	Comentario
INDICADORES GENERALES	FB-NB-000.A	Volumen de productos vendidos	Cuantitativo	Millones de hectolitros	175	
INDICADORES GENERALES	FB-NB-000.B	Número de instalaciones de producción	Cuantitativo	Número	6	
INDICADORES GENERALES	FB-NB-000.C	Total de millas recorridas por carretera por la flota	Cuantitativo	Millas	190	
Tema	Código	Parámetro de contabilidad	Categoría	Unidad de medida	Página	Comentario
Gestión del combustible de la flota	FB-NB-110a.1	(1) Cantidad total de combustible consumido por los vehículos de su flota	Cuantitativo	Gigajulios (GJ)	190	
Gestión del combustible de la flota	FB-NB-110a.1	(2) Porcentaje de la cantidad total de combustible consumido por los vehículos de su flota que sea combustible renovable	Cuantitativo	Porcentaje (%)	190	
Gestión de la energía	FB-NB-130a.1	(1) Total de energía consumida	Cuantitativo	Gigajulios (GJ)	186	
Gestión de la energía	FB-NB-130a.1	(2) Porcentaje de energía consumida que procedía de la red eléctrica	Cuantitativo	Porcentaje (%)	186	
Gestión de la energía	FB-NB-130a.1	(3) Porcentaje de energía consumida que sea energía renovable	Cuantitativo	Porcentaje (%)	186	
Gestión del agua	FB-NB-140a.1	(1) Extracción total de agua	Cuantitativo	Miles de m3	177-179	
Gestión del agua	FB-NB-140a.1	(2) Total de agua consumida	Cuantitativo	Miles de m3	177-179	
Gestión del agua	FB-NB-140a.1	(3) Porcentaje del total de agua extraída en lugares con un estrés hídrico inicial alto o extremadamente alto	Cuantitativo	Porcentaje (%)	177-179	
Gestión del agua	FB-NB-140a.1	(4) Porcentaje del total de agua consumida en lugares con un estrés hídrico inicial alto o extremadamente alto	Cuantitativo	Porcentaje (%)	177-179	
Gestión del agua	FB-NB-140a.2	Descripción de riesgos de gestión del agua y análisis de las estrategias y las prácticas para mitigarlos.	Debate y análisis	N/A	103-105,107-109	
Salud y nutrición	FB-NB-260a.1	(1) Ingresos por bebidas sin calorías y bajas en calorías	Cuantitativo	Divisa para comunicar	174	
Salud y nutrición	FB-NB-260a.1	(2) Ingresos por bebidas sin azúcar añadida	Cuantitativo	Divisa para comunicar	174	
Salud y nutrición	FB-NB-260a.1	(3) Ingresos por bebidas endulzadas artificialmente	Cuantitativo	Divisa para comunicar	174	
Salud y nutrición	FB-NB-260a.2	Análisis del proceso de identificación y gestión de los productos e ingredientes relacionados con las preocupaciones nutricionales y de salud de los consumidores	Debate y análisis	N/A	81-82	
Etiquetado y marketing de productos	FB-NB-270a.1	(1) Porcentaje de anuncios publicitarios realizados para niños	Cuantitativo	Porcentaje (%)	81	
Etiquetado y marketing de productos	FB-NB-270a.1	(2) Porcentaje de anuncios publicitarios realizados para niños que promueven productos que cumplen con las recomendaciones alimentarias	Cuantitativo	Porcentaje (%)	81	
Etiquetado y marketing de productos	FB-NB-270a.2	(1) Ingresos de los productos etiquetados como que contienen organismos modificados genéticamente (OMG)	Cuantitativo	Divisa para comunicar	81	
Etiquetado y marketing de productos	FB-NB-270a.2	(2) Ingresos de los productos etiquetados como que no contienen organismos modificados genéticamente (OMG)	Cuantitativo	Divisa para comunicar	81	

Tema	Código	Parámetro de contabilidad	Categoría	Unidad de medida	Página	Comentario
Etiquetado y marketing de productos	FB-NB-270a.3	Número de incidentes de no conformidad de los códigos reglamentarios o del sector para el etiquetado o el marketing	Cuantitativo	Número	-	Para este período, no se detectaron incumplimientos, multas o sanciones, respecto de la información de etiquetado de productos, así como tampoco en comunicaciones de marketing, normativas o códigos a los que Coca-Cola Andina ha adherido voluntariamente, en el período reportado.
Etiquetado y marketing de productos	FB-NB-270a.4	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con las prácticas de etiquetado o de marketing	Cuantitativo	Divisa para comunicar	-	Para este período, no se detectaron incumplimientos, multas o sanciones, respecto de la información de etiquetado de productos, así como tampoco en comunicaciones de marketing, normativas o códigos a los que Coca-Cola Andina ha adherido voluntariamente, en el período reportado.
Gestión del ciclo de vida de los envases	FB-NB-410a.1	(1) Peso total de los envases (incluye el embalaje primario y el embalaje secundario)	Cuantitativo	Toneladas métricas (t)	182	
Gestión del ciclo de vida de los envases	FB-NB-410a.1	(2) Porcentaje, del peso total de los envases, fabricado con materiales reciclados o renovables	Cuantitativo	Porcentaje (%)	182	
Gestión del ciclo de vida de los envases	FB-NB-410a.1	(3) Porcentaje, del peso total de los envases, que es reciclable, reutilizable o compostable	Cuantitativo	Porcentaje (%)	96	
Gestión del ciclo de vida de los envases	FB-NB-410a.2	Análisis de las estrategias para reducir el efecto ambiental de los embalajes a lo largo de su ciclo de vida	Debate y análisis	N/A	95, 101	
Impactos ambientales y sociales de la cadena de suministro de ingredientes	FB-NB-430a.1	(1.a) Auditoría de la responsabilidad social y ambiental de los proveedores: tasa de no conformidad para casos de no conformidad importantes	Cuantitativo	Tasa	195	
Impactos ambientales y sociales de la cadena de suministro de ingredientes	FB-NB-430a.1	(1.b) Auditoría de la responsabilidad social y ambiental de los proveedores: tasa de no conformidad para casos de no conformidad leves	Cuantitativo	Tasa	195	
Impactos ambientales y sociales de la cadena de suministro de ingredientes	FB-NB-430a.1	(2.a) Auditoría de la responsabilidad social y ambiental de los proveedores: tasa de acciones correctivas correspondientes para casos de no conformidad importantes	Cuantitativo	Tasa	195	
Impactos ambientales y sociales de la cadena de suministro de ingredientes	FB-NB-430a.1	(2.b) Auditoría de la responsabilidad social y ambiental de los proveedores: tasa de acciones correctivas correspondientes para casos de no conformidad leves	Cuantitativo	Tasa	195	
Suministro de ingredientes	FB-NB-440a.1	Porcentaje de los costos de ingredientes de las bebidas, que proceden de regiones con un estrés hídrico inicial alto o extremadamente alto	Cuantitativo	Porcentaje (%) por coste	-	Si bien, existe una evaluación a los proveedores más relevantes para el negocio basado en criterios de gestión de agua (entre otros), no se lleva un registro del detalle de si la operación asociada al suministro se encuentra en zona de estrés hídrico, por lo que este indicador fue omitido en este período.
Suministro de ingredientes	FB-NB-440a.2	Lista de ingredientes prioritarios de las bebidas y descripción de los riesgos de abastecimiento debido a consideraciones ambientales y sociales	Debate y análisis	N/A	-	Si bien, existe una trazabilidad de los ingredientes y proveedores asociados, no se lleva un registro de si la operación asociada al suministro se encuentra en zona de estrés hídrico, por lo que este indicador fue omitido en este período.


**ÍNDICE GRI**

**Declaración de uso:** Coca-Cola Andina ha presentado la información citada en este índice de contenido GRI para el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2023 con referencia a los Estándares GRI.

## Contenido Generales

		<b>GRI 1 UTILIZADO</b>	
		<b>GRI 1: Fundamentos 2021</b>	
		<b>Página</b>	<b>Comentario</b>
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-1 Detalles de la organización	5, 10	
	2-2 Entidades incluidas en los informes de sostenibilidad de la organización	5	
	2-3 Período de informe, frecuencia y punto de contacto	5	
	2-4 Reflexiones de información	112	
	2-5 Garantía externa	5	
	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	10, 13, 77-80, 84, 124-127, 139-148, 154-155, 192-193	
	2-7 Empleados	196-197	
	2-8 Trabajadores que no son empleados	197	
	2-9 Estructura y composición de gobernanza	26-27, 29-31, 36	
	2-10 Nominación y selección del cuerpo de gobernanza más alto	32	
	2-11 Presidente del cuerpo de gobernanza más alto	29, 32	
	2-12 Papel del cuerpo de gobernanza más alto en la supervisión de la gestión de los impactos	26-27	
	2-13 Delegación de responsabilidad por gestionar los impactos	27	
	2-14 Papel del cuerpo de gobernanza más alto en los informes de sostenibilidad	5, 38, 48	
	2-15 Conflictos de intereses	44	
	2-16 Comunicación de preocupaciones críticas	38, 45	
	2-17 Conocimiento colectivo del cuerpo de gobernanza más alto	34	
	2-18 Evaluación del desempeño del cuerpo de gobernanza más alto	34	
	2-19 Políticas de remuneración	35	
	2-20 Proceso para determinar la remuneración	35, 42	
	2-21 Ratio anual de compensación total	-	Omitido por confidencialidad
	2-22 Declaración sobre estrategia de desarrollo sostenible	3-4	
	2-23 Compromisos de política	46-47	
	2-24 Compromisos de política de incrustación	46-47	
	2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	16-18, 50-51, 54-56, 170-171, 175	
	2-26 Mecanismos para buscar consejos y plantear preocupaciones	45	
	2-27 Cumplimiento de las leyes y reglamentos	217	Indicador reportado en línea a los indicadores NCG-461 8.1.1 y 8.1.2.
	2-28 Asociaciones y membresía	23	
	2-29 Enfoque para el compromiso de las partes interesadas	21-22	
	2-30 acuerdos de negociación colectiva	71	Para aquellos colaboradores no comprendidos dentro de convenios colectivos, las condiciones laborales en Argentina se rigen por la Ley de Contrato de Trabajo, normativas regulatorias y el contrato individual con Andina, alineado con el reglamento interno y las políticas corporativas locales. Por su parte, en Chile, existe la posibilidad de que la empresa extienda los beneficios a los trabajadores no sindicalizados, quienes deben abonar la cuota correspondiente acordada con cada sindicato.

		Página	Comentario
Temas Materiales	GRI 3: Temas Materiales 2021	3-1 Proceso para determinar temas de material	14
		3-2 Lista de temas de materiales	15

CATEGORÍA: **Liderazgo sostenible**

Tema material: Liderazgo de mercado, crecimiento y control de costos	GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	17-18, 77, 170	
	GRI 201: Desempeño Económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	24	
		201-2 implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático	53	

Tema material: Contexto geopolítico de los países y los mercados	GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	17-18, 11, 170	
	Este tema material no tiene Estándar GRI específico asociado	INFORMACIÓN TEMA MATERIAL - Contexto geopolítico de los países y los mercados	11	

Tema material: Cumplimiento regulatorio y ética empresarial	GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	17-18, 28, 43-47, 170	
		205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	43-44, 50-51	
		205-2 Comunicación y capacitación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	28, 46-47, 124-125, 206	
	GRI 205: Anticorrupción 2016	205-3 Incidentes confirmados de corrupción y acciones tomadas	-	En el período reportado no se detectaron casos de corrupción a funcionarios públicos, lavado de activos, financiamiento de terrorismo ni competencia desleal. Tampoco existe información relativa a procedimientos judiciales relacionados con corrupción y que hayan sido interpuestos contra la Compañía o sus colaboradores durante el período objeto del informe.
	GRI 206: Comportamiento Anticompetitivo 2016	206-1 Acciones legales para las prácticas anticompetitivas de comportamiento, antimonopolio y monopolio	-	Embotelladora Andina no presenta o ha registrado acciones jurídicas en su contra relativo a competencia desleal, prácticas antimonopólicas y/o contra la libre competencia pendiente o finalizadas en 2023.

Tema material: Estrategia sostenible y la mirada ESG en el negocio	GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	16-18, 170	
	Este tema material no tiene Estándar GRI específico asociado	INFORMACIÓN TEMA MATERIAL - Estrategia sostenible y la mirada ESG en el negocio	16-18	

Tema material: Transformación digital e innovación	GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	17-18, 88-91, 170	
	Este tema material no tiene Estándar GRI específico asociado	INFORMACIÓN TEMA MATERIAL - Estrategia sostenible y la mirada ESG en el negocio	88-91	

CATEGORÍA: **Mirada circular**

**Tema material:**  
Circularidad de los  
envases  
(retornabilidad y recuperación)

		Página	Comentario
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	17-18, 95-102, 170	
	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	100, 183	
GRI 301: Materiales 2016	301-2 Materiales de entrada reciclados utilizados	100, 181	
	301-3 Productos recuperados y sus materiales de empaque	182	

**Tema material:**  
Gestión de residuos

GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	17-18, 95-102, 170	
	306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	50-51, 95, 102	
GRI 306: Residuos 2020	306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	102	
	306-3 desechos generados	184	
	306-4 residuos desviados por la eliminación	184-185, 210	
	306-5 residuos dirigidos a la eliminación	184-185, 210	

CATEGORÍA: **Conciencia hídrica**

**Tema material:**  
Gestión de agua y  
escasez hídrica

GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	17-18, 103-109, 170	
	303-1 Interacciones con el agua como recurso compartido	103-105, 108-109	
GRI 303: Agua y Efluentes 2018	303-2 Gestión de impactos relacionados con vertidos de agua	103, 108	
	303-3 Extracción de agua	178	
	303-4 Descarga de agua	108, 179	
	303-5 Consumo de agua	177-179	



CATEGORÍA: **Acción por el clima**

		Página	Comentario
<b>Tema material:</b> Cambio climático y emisiones	GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	17-18, 110-114, 170
		305-1 Direct (Alcance 1) emisiones de GEI	110, 112, 189
		305-2 Energía indirecta (alcance 2) emisiones de GEI	110, 112, 189
		305-3 Otras emisiones indirectas (alcance 3) de GEI	110, 112, 189
		305-4 Intensidad de emisiones de GEI	112, 190
	GRI 305: Emisiones 2016	305-5 Reducción de emisiones de GEI	111, 189
		305-6 Emisiones de sustancias que agotan el ozono (ODS)	-
	305-7 Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas de aire	-	Se reporta en toneladas de CO2 equivalente para alcance 1. Nuestra metodología no incluye reporte de SOX: N2O = 413
<b>Tema material:</b> Promoción de la transición energética y uso de energías renovables	GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	17-18, 110-114, 170
		302-1 Consumo de energía dentro de la organización	186-188
		302-2 Consumo de energía fuera de la organización	186
	GRI 302: Energía 2016	302-3 Intensidad energética	187
		302-4 Reducción del consumo de energía	186-187
		302-5 Reducciones en requisitos de energía de productos y servicios	187

CATEGORÍA: **Equipo diverso, seguro y comprometido**

		Página	Comentario			
Salud y seguridad de colaboradores	Tema material: Salud y seguridad de colaboradores	GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	17-18, 72-75, 170		
			403-1 Sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional	72, 74, 172, 209		
			403-2 Identificación de riesgos, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	74		
			403-3 Servicios de salud ocupacional	74		
			403-4 participación, consulta y comunicación de los trabajadores sobre salud y seguridad ocupacional	75		
			GRI 403: Salud y Seguridad Ocupacional 2018	403-5 Capacitación de trabajadores sobre salud y seguridad ocupacional	75	
			403-6 Promoción de la salud de los trabajadores	68, 203		
			403-7 Prevención y mitigación de los impactos de salud y seguridad ocupacional directamente vinculados por las relaciones comerciales	74		
			403-8 Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional	72		
			403-9 Lesiones relacionadas con el trabajo	208-209		
	403-10 Salud y enfermedad relacionada con el trabajo	74, 209				
Promoción de la diversidad, equidad de género e inclusión	Tema material: Promoción de la diversidad, equidad de género e inclusión	GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	17-18, 66-68, 170		
		GRI 405: Diversidad e Igualdad de Oportunidades 2016	405-1 Diversidad de organismos de gobierno y empleados	196-197,199		
		405-2 proporción de salario básico y remuneración de mujeres a los hombres	201			
Atracción, retención y desarrollo de talentos	Tema material: Atracción, retención y desarrollo de talentos	GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	17-18, 62-63, 170		
			404-1 Horas promedio de capacitación por año por empleado	206		
		GRI 404: Capacitación y Educación 2016	404-2 Programas para actualizar las habilidades de los empleados y los programas de asistencia de transición	65, 67, 206		
		404-3 Porcentaje de empleados que reciben un desempeño regular y revisiones de desarrollo profesional	207			
Propósito y clima interno	Tema material: Propósito y clima interno	GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	17-18, 60, 69-70, 170		
		GRI 406: No Discriminación 2016	406-1 Incidentes de discriminación y acciones correctivas tomadas	-	En Andina Argentina existen actualmente 4 casos asociadas a supuestos actos de discriminación. Se trata de investigaciones que se encuentran aún pendientes, sin que a la fecha exista una conclusión definitiva respecto a si se configuró o no la discriminación denunciada.	
Relaciones laborales y con sindicatos	Tema material: Relaciones laborales y con sindicatos	GRI 3: Temas Materiales 2021	"3-3 Gestión de los temas materiales	17-18, 71, 170		
		GRI 402: Relaciones trabajador-empresa 2016	402-1 Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	-	Si bien la organización no cuenta con un procedimiento formal, se ha establecido como disposición general, que el tiempo mínimo de aviso se dará en función de las definiciones normativas locales de cada país.	
		"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	71, 125		

CATEGORÍA: **Gestión de la cadena de suministro**

Tema material:  
Abastecimiento  
responsable (gestión  
cadena suministro)

		Página	Comentario
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	17-18, 124-127, 170	
GRI 308: Evaluación Ambiental del Proveedor 2016	308-1 Nuevos proveedores que se seleccionaron utilizando criterios ambientales	-	Si bien se realizan evaluación ASG a proveedores, los nuevos proveedores no son seleccionados en base a criterios ambientales o sociales (0%).
	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y las acciones tomadas	125, 192	
GRI 414: Evaluación Social del Proveedor 2016	414-1 Nuevos proveedores que fueron seleccionados utilizando criterios sociales	-	Si bien se realizan evaluación ASG a proveedores, los nuevos proveedores no son seleccionados en base a criterios ambientales o sociales (0%).
	414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y las acciones tomadas	125, 192	

CATEGORÍA: **Cercanía con nuestros clientes**

Tema material:  
Relación y  
satisfacción de  
clientes

GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	17-18, 83-87, 170	
Este tema material no tiene Estándar GRI específico asociado	INFORMACIÓN TEMA MATERIAL - Relación y satisfacción de clientes	83-87	

			Página	Comentario
<b>CATEGORÍA: Portafolio, calidad y nutrición</b>				
<b>Tema material:</b> Amplitud de portafolio y estrategia de valor	GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	17-18, 79-80, 170	
	Este tema material no tiene Estándar GRI específico asociado	INFORMACIÓN TEMA MATERIAL - Amplitud de portafolio y estrategia de valor	79-80	
<b>Tema material:</b> Nutrición y estilos de vida saludables	GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	17-18, 81-82, 170	
	Este tema material no tiene Estándar GRI específico asociado	INFORMACIÓN TEMA MATERIAL - Nutrición y estilos de vida saludables	81-82	
<b>Tema material:</b> Salud y seguridad de los productos	GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	17-18, 81, 170	
	GRI 416: Salud y Seguridad del Cliente 2016	416-1 Evaluación de los impactos de salud y seguridad de las categorías de productos y servicios 416-2 Incidentes de incumplimiento sobre los impactos de salud y seguridad de los productos y servicios	81, 172, 174 -	No se registran casos de incumplimiento relativos a impactos de los productos en la salud y la seguridad de los consumidores en 2023.
<b>Tema material:</b> Marketing y etiquetado responsable	GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	17-18, 81, 170	
		417-1 Requisitos para información y etiquetado de productos y servicios	81, 172, 174	
	GRI 417: Marketing y Etiquetado 2016	417-2 Incidentes de incumplimiento sobre información y etiquetado del producto y servicio	-	Para este período, no se detectaron incumplimientos, multas o sanciones, respecto de la información de etiquetado de productos, así como tampoco en comunicaciones de marketing, normativas o códigos a los que Coca-Cola Andina ha adherido voluntariamente, en el período reportado.
		417-3 Incidentes de incumplimiento sobre las comunicaciones de marketing	-	
<b>CATEGORÍA: Conexión con las comunidades</b>				
<b>Tema material:</b> Desarrollo económico, empleo y emprendimientos locales	GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	17-18, 118-122, 170	
		401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	205	
	GRI 401: Empleo 2016	401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	68, 203	
		401-3 Permiso parental	202	
<b>Tema material:</b> Relación con las comunidades, donaciones y alianzas público-privadas	GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	17-18, 118-122, 170	
	GRI 413: Comunidades Locales 2016	413-1 Operaciones con participación local de la comunidad, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo 413-2 Operaciones con impactos negativos reales y potenciales significativos en las comunidades locales	118-122, 210 118-122	

# GLOSARIO Y AGRADECIMIENTOS

## AGRADECIMIENTOS

La elaboración de esta memoria integrada estuvo a cargo de un equipo compuesto por personas de diversas áreas de nuestra Compañía, a las que agradecemos por su compromiso y colaboración a lo largo del proceso de redacción de este documento. Adicionalmente, fue revisada y aprobada por el Gerente Corporativo de Administración y Finanzas, el Vicepresidente Ejecutivo y el Directorio de la Compañía.

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

### 20-F

Formulario con resultados anuales para el regulador de valores en Estados Unidos (Securities and Exchange Commission).

### ADR

American Depository Receipts.

### CAJAS UNITARIAS (CUS O UNIT CASES)

Unidad de medida convencional utilizada para medir volúmenes de venta en el Sistema Coca-Cola a nivel mundial. Equivale a 24 botellas de 8 oz. o 237cc. (alrededor de 5,678 litros).

### CMF

Comisión para el Mercado Financiero. Regulador del mercado de valores en Chile.

### CO2

Fórmula química del dióxido de carbono utilizado para carbonatar las bebidas.

### EBITDA AJUSTADO

Comprende los rubros Ingresos Ordinarios, Costos de Ventas, Costos de Distribución y Gastos de Administración, incluidos en los Estados Financieros presentados a la Comisión para Mercado Financiero y que se determinan de acuerdo con IFRS, más Depreciación.

### GEI

Gases de efecto invernadero.

### JOA

Junta Ordinaria de Accionistas.

### LTIR

Lost Time Incident Ratio.

### LTISR

Lost Time Incident Severity Ratio.

### NARTD

Non Alcoholic Beverages Ready to Drink. Bebidas Sin Alcohol Listas para Beber.

### NYSE

New York Stock Exchange.

### ARTD

Alcoholic Ready To Drink. Bebidas alcohólicas listas para

beber.

### ON PREMISE

Canal de venta de restaurantes, pubs, hoteles y casinos.

### PET

Tereftalato de polietileno o polietileno tereftalato (polyethylene terephthalate).

### REF PET

Refillable PET. Es la botella retornable de plástico.

### RPET

Recycled PET.

### SAP

Sistemas, Aplicaciones y Productos.

### SARBANES-OXLEY

Ley Federal de Estados Unidos que establece estándares para los consejos de administración y dirección y los mecanismos contables de todas las empresas que cotizan en las Bolsa de Valores de los Estados Unidos.

### SSDS

Sparkling Soft Drinks.

### STILLS

Categorías de bebidas no alcohólicas que no son gaseosas.

### TCCC

The Coca-Cola Company.



# CARTA DE VERIFICACIÓN



## Informe de Aseguramiento del Profesional Independiente sobre los Indicadores GRI y SASB Reportados en la Memoria Integrada 2023 de Embotelladora Andina S.A.

Señores  
Embotelladora Andina S.A.  
Presente

### Alcance

Hemos sido contratados por Embotelladora Andina S.A. (o la "Compañía") para llevar a cabo un "compromiso de verificación limitada", tal como se define en las Normas Internacionales sobre Trabajos de Aseguramiento, para informar sobre los indicadores definidos por los Estándares del Global Reporting Initiative (GRI por sus siglas en inglés) y de los Estándares del Sustainability Accounting Standard Board (SASB por sus siglas en inglés), seleccionados por Embotelladora Andina S.A. (el "Asunto Objeto") e incluidos y presentados en la Memoria Integrada 2023 (los "Informes") y mencionados en el Anexo A; correspondientes al periodo entre el 1 de enero y 31 de diciembre de 2023.

Excepto por lo descrito en el párrafo anterior, donde se establece el alcance de nuestro compromiso, no hemos realizado procedimientos de aseguramiento sobre el resto de la información incluida en el Informe y, en consecuencia, no expresamos una conclusión sobre esta información.

### Criterios aplicados por Embotelladora Andina S.A.

En la preparación de los indicadores de desempeño seleccionados, Embotelladora Andina S.A., definidos por los Estándares del Global Reporting Initiative y de los Estándares SASB Sustainability Accounting Standard Board, en adelante y de forma colectiva "los Criterios".

### Responsabilidades de Embotelladora Andina S.A.

La dirección de Embotelladora Andina S.A. es responsable de seleccionar los Criterios y de presentar la información en la Memoria Integrada 2023 de conformidad con dichos Criterios, en todos los aspectos significativos. Esta responsabilidad incluye el establecimiento y mantenimiento de controles internos, el mantenimiento de registros adecuados y la realización de estimaciones que sean pertinentes para la preparación de la materia, de modo que esté libre de inexactitudes materiales, ya sea por fraude o error.

### Responsabilidades de EY

Nuestra responsabilidad es expresar una conclusión sobre la presentación del Objeto en base a las pruebas que hemos obtenido.

Llevamos a cabo nuestro trabajo de acuerdo con el *Estándar Internacional para Encargos de Aseguramiento distintos de las Auditorías o Revisiones de Información Financiera Histórica* (ISAE 3000 (Revisado)). Esas normas requieren que planifiquemos y llevemos a cabo nuestro compromiso para expresar una conclusión sobre si tenemos conocimiento de cualquier modificación sustancial que deba realizarse en el Objeto para que esté de acuerdo con los Criterios, y para emitir un informe. La naturaleza, el momento y el alcance de los procedimientos seleccionados dependen de nuestro juicio, incluida una evaluación del riesgo de incorrección material, ya sea debido a fraude o error.

Creemos que las pruebas obtenidas son suficientes y apropiadas para servir de base a nuestras limitadas conclusiones en materia de seguridad.



### Nuestra independencia y gestión de calidad

Hemos mantenido nuestra independencia y confirmamos que tenemos las competencias y la experiencia necesarias para llevar a cabo este trabajo de aseguramiento.

EY también aplica la Norma Internacional de Gestión de la Calidad 1, *Gestión de la Calidad para Empresas que Realizan Auditorías o Revisiones de Estados Financieros, u Otros Compromisos de Aseguramiento o Servicios Relacionados*, que requiere que diseñemos, implementemos y operemos un sistema de gestión de la calidad que incluya políticas o procedimientos relacionados con el cumplimiento de los requisitos éticos, las normas profesionales y los requisitos legales y reglamentarios aplicables.

### Descripción de los procedimientos realizados

Los procedimientos realizados en un encargo de aseguramiento limitado varían en naturaleza y tiempo de un encargo de aseguramiento razonable, y son menores en su alcance. En consecuencia, el nivel de aseguramiento obtenido en un encargo de aseguramiento limitado es sustancialmente menor que el que se habría obtenido si se hubiera realizado un encargo de aseguramiento razonable. Nuestros procedimientos fueron diseñados para obtener un nivel limitado de seguridad en el que basar nuestra conclusión y no proporcionan toda la evidencia que se requeriría para proporcionar un nivel razonable de seguridad.

Aunque consideramos la efectividad de los controles internos de la gerencia al determinar la naturaleza y el alcance de nuestros procedimientos, nuestro compromiso de aseguramiento no fue diseñado para proporcionar seguridad sobre los controles internos. Nuestros procedimientos no incluían controles de prueba ni procedimientos relacionados con la comprobación, agregación o cálculo de datos dentro de los sistemas informáticos.

Un compromiso de verificación limitada consiste en realizar consultas, principalmente a las personas responsables de la preparación de los indicadores de desempeño seleccionados, de la información relacionada, y en aplicar procedimientos analíticos y otros procedimientos apropiados.

Nuestros procedimientos incluyeron:

1. Realizar entrevistas con el personal de la Compañía para comprender el negocio y el proceso de preparación del Informe.
2. Realizar entrevistas con los responsables del Informe para comprender el proceso de recopilación, consolidación y presentación la información del Asunto Objeto.
3. Comprobar que los criterios de cálculo se han aplicado correctamente de acuerdo con las metodologías descritas en los Criterios.
4. Llevar a cabo procedimientos de revisión analítica para respaldar la razonabilidad de los datos.
5. Identificar y verificar los supuestos que respaldan los cálculos.
6. Probar, con base en muestreo, la información fuente para verificar la precisión de los datos.

También realizamos otros procedimientos que consideramos necesarios dadas las circunstancias.

# CARTA DE VERIFICACIÓN



## Conclusión

Sobre la base de nuestros procedimientos y de las pruebas obtenidas, no tenemos conocimiento de ninguna modificación importante que deba hacerse para los indicadores GRI y SASB reportados en la Memoria Integrada 2023 **correspondientes al periodo entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2023, para que estén reportados con base en los Criterios.**

## Uso restringido

Este informe está destinado únicamente a la información y el uso de Embotelladora Andina S.A. y no está destinado a ser ni debe ser utilizado por nadie más que las partes especificadas.



Iris Crisóstomo L.  
EY Audit Ltda.  
25 de marzo de 2024

IN.001758-24

MCZ/vft  
11649748



## Anexo A: indicadores de desempeño

### Asunto objeto

Los indicadores GRI y SASB asociados a la información no financiera identificada (el "Asunto Objeto") en el alcance de este Informe e incluida en la Memoria Integrada 2023 emitido por Embotelladora andina S.A en su página web se presenta en la siguiente tabla:

Indicador	Nombre del indicador	Valor asegurado por EY
2-1.	Detalles organizacionales	La información se presenta en la página 5 y 10 de la memoria integrada 2023.
2-2.	Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	La información se presenta en la página 5 de la memoria integrada 2023.
2-3.	Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	La información se presenta en la página 5 de la memoria integrada 2023.
2-4.	Reflexiones de información	La información correspondiente se presenta en la página 112 de la memoria integrada 2023.
2-5.	Verificación externa	La información se presenta en la página 5 y de la memoria integrada 2023.
2-6.	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	La información se presenta en la página 10, 13, 77- 80 y 84 de la memoria integrada 2023.
2-7.	Empleados	<ul style="list-style-type: none"> <li>Número total de empleados: 16.628.</li> <li>Número total de empleados fijos: 2.526.</li> <li>Número total de empleados temporales: 1.595.</li> <li>Número total de empleados a tiempo completo: 16.397.</li> <li>Número total de empleados a tiempo parcial: 231.</li> </ul> Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 196 y 197.
2-8	Trabajadores que no son empleados	Número total de trabajadores que no son empleados y cuyo trabajo es controlado por la organización: 2.591 Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 197
2-9	Estructura y composición de gobernanza	La información se presenta en la página 26, 27, 29 – 32 y 36 de la memoria integrada 2023
2-10	Nominación y selección del cuerpo de gobernanza más alto	La información se presenta en la página 32 de la memoria integrada 2023.
2-11	Presidente del cuerpo de gobernanza más alto	La información se presenta en la página 29 y 32 de la memoria integrada.
2-12	Papel del cuerpo de gobernanza más alto en la supervisión de la gestión de los impactos	La información se presenta en la página 26 y 27 de la memoria integrada 2023.
2-13	Delegación de responsabilidad por gestionar los impactos	La información se presenta en la página 27 de la memoria integrada.
2-14	Papel del cuerpo de gobernanza más alto en los informes de sostenibilidad	La información se presenta en la página 5, 38 y 48 de la memoria integrada.
2-15	Conflictos de intereses	La información se presenta en la página 44 de la memoria integrada.
2-16	Comunicación de preocupaciones críticas	La información se presenta en la página 38 y 45 de la memoria integrada.
2-17	Conocimiento colectivo del cuerpo de gobernanza más alto	La información se presenta en la página 34 de la memoria integrada.
2-18	Evaluación del desempeño del cuerpo de gobernanza más alto	La información se presenta en la página 34 de la memoria integrada.
2-19	Políticas de remuneración	La información se presenta en la página 35 de la memoria integrada.
2-20	Proceso para determinar la remuneración	La información se presenta en la página 35 y 42 de la memoria integrada.
2-22	Declaración sobre estrategia de desarrollo sostenible	La información se presenta en la página 3 de la memoria integrada.
2-23	Compromisos de política	La información se presenta en la página 46 de la memoria integrada.
2-24	Compromisos de política de incrustación	La información se presenta en la página 46 de la memoria integrada.
2-25	Procesos para remediar los impactos negativos	La información se presenta en la página 16, 50-51, 54-56, 170-171 de la memoria integrada.
2-26	Mecanismos para buscar consejos y plantear preocupaciones	La información se presenta en la página 45 de la memoria integrada.
2-27	Cumplimiento de las leyes y reglamentos	Incumplimientos regulatorios: <ul style="list-style-type: none"> <li>Brasil: 46.</li> <li>Chile: 11.</li> </ul> Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 217.
2-28	Asociaciones y membresía	La información se presenta en la página 23 de la memoria integrada 2023.
2-29	Enfoque para el compromiso de las partes interesadas	La información se presenta en la página 21 de la memoria integrada 2023.

# CARTA DE VERIFICACIÓN



Indicador	Nombre del indicador	Valor asegurado por EY
2-30	Acuerdos de negociación colectiva	Porcentaje de dotación cubierta por convenios de negociación colectiva <ul style="list-style-type: none"> <li>Argentina 66,4%.</li> <li>Brasil: 14,1%.</li> <li>Chile: 38,5%.</li> <li>Paraguay: 22,0%.</li> </ul> Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 71.
3-1	Proceso para determinar temas de material	La información se presenta en la página 14 de la memoria integrada 2023.
3-2	Lista de temas de materiales	La información se presenta en la página 15 de la memoria integrada 2023.
3-3	Gestión de los temas materiales	La información se presenta en la página 17, 18, 50, 103 y 170 de la memoria integrada.
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	Valor económico generado: 3.683 miles de millones de pesos chilenos. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 24. Valor económico distribuido: 3.662 miles de millones (compuesto por pagos en inversión social, pagos a proveedores, contratistas y distribuidores, pagos de remuneraciones, pagos por compras de activo fijo e intangibles, pagos al Estado y pagos de dividendos). Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 24. Valor económico retenido: 21.414 millones de pesos chilenos. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 24.
201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático	La información se presenta en la página 53-55 de la memoria integrada.
205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	La cantidad total y el porcentaje de operaciones donde se realizaron evaluaciones de riesgo de corrupción: si bien no existe un número específico para operaciones evaluadas sobre riesgo de corrupción, el análisis de riesgo de Embotelladora Andina incluye la prevención y detección de corrupción. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 43-44 y 50-51.
205-2	Comunicación y capacitación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	La comunicación y capacitación sobre políticas y procedimientos anticorrupción: se incluye en capacitaciones constantes y onboarding a nuevos trabajadores y directores dentro de la temática "ética y código de conducta". Para más información, dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 28, 46, 47, 124, 125 y 206.
205-3	Incidentes confirmados de corrupción y acciones tomadas	Total: 0. Para más información, dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 221.
206-1	Acciones legales para las prácticas anticompetitivas de comportamiento, antimonopolio y monopolio	Total: 0. Para más información, dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 221.
301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	Peso o el volumen total de los materiales renovables: 39.200 ton. Peso o el volumen total de los materiales no renovables: 452.467 ton. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 100 y 183.
301-2	Materiales de entrada reciclados utilizados	Porcentaje de insumos reciclados utilizados: 18,4%. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 100 y 181.
301-3	Productos recuperados y sus materiales de empaque	Porcentaje de productos y materiales de envasado recuperados: 29,5%. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 182.
306-1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	La información se presenta en la página 50, 51, 95, 102 de la memoria integrada 2023.
306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	La información se presenta en la página 50, 95 y 102 de la memoria integrada.
306-3	Desechos generados	Total de residuos sólidos generados por tipo: 55.715 Ton. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 184.
306-4	Residuos desviados por la eliminación	Total de residuos no destinados a eliminación por operación de valorización: 53.897 ton. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 185.
306-5	Residuos dirigidos a la eliminación	Total de residuos destinados a eliminación: 3.303 ton. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 185.
303-1	Interacciones con el agua como recurso compartido	La información se presenta en la página 103, 104, 105 de la memoria integrada.
303-2	Gestión de impactos relacionados con vertidos de agua	La información se presenta en la página 103 y 108 de la memoria integrada.



Indicador	Nombre del indicador	Valor asegurado por EY
303-3	Extracción de agua	Total, origen del agua por operación: 8.110.777 m³/año. Total, origen del agua en zona de estrés hídrico: 2.413.732 m³/año. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 178.
303-4	Descarga de agua	Total, descarte de efluentes según destino: 3.178.956 m³/año. Total, descarte de efluentes según categoría en zona de estrés hídrico: 979.018 m³. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 108 y 179.
303-5	Consumo de agua	Consumo total de agua: 4.931.820 m³/año. Consumo total en zonas de estrés hídrico: 1.434.713 m³/año. Ratio de agua (WUR): 1,72 Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 179.
305-1	Direct (Alcance 1) emisiones de GEI	Valor bruto de las emisiones directas de GEI (alcance 1): 78.306 tonCO2eq. Emisiones biogénicas de CO <sub>2</sub> : 404 tonCO2eq. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 110, 112 y 189.
305-2	Energía indirecta (alcance 2) emisiones de GEI	Valor bruto de las emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2): 63.800 tonCO2eq. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 110, 112 y 189.
305-3	Otras emisiones indirectas (alcance 3) de GEI	Valor bruto de las otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3): 998.130 tonCO2eq. Emisiones biogénicas de CO <sub>2</sub> : 9.813 tonCO2eq. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 110, 112 y 189.
305-4	Intensidad de emisiones GEI	Ratio de intensidad de las emisiones de GEI de la organización: 242,3 grCO2eq/litro de bebida producida Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 112 y 190.
305-5	Reducción de emisiones de GEI	La reducción de las emisiones de GEI como consecuencia directa de las iniciativas de reducción en toneladas métricas de CO <sub>2</sub> equivalente: 3,9% de reducción en emisiones de alcance 3 por Potenciar las ventas de envases retornables, incrementando el porcentaje de PET reciclado en los envases descartables y continuar trabajando para aligerar las botellas. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 111.
305-6	Emisiones de sustancias que agotan el ozono (ODS)	La producción, importaciones y exportaciones de ODS <ul style="list-style-type: none"> <li>CO2 = 71.691</li> <li>CH4 = 57</li> <li>HFCs = 5.742</li> </ul> Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 223.
305-7	Oxidos de nitrógeno (NOX), oxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas de aire	Emisiones significativas al aire para N2O: 413 tonCO2eq Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 223.
302-1	Consumo de energía dentro de la organización	Consumo total de combustibles procedentes de fuentes no renovables dentro de la organización: 980.783.285 MJ El consumo total de combustibles procedentes de fuentes renovables dentro de la organización: 562.141.914 MJ Consumo de electricidad: 923.332.756 MJ Consumo de calefacción: 168.747.794 MJ Consumo de vapor: 326.238.396 MJ Consumo de energía: 1.542.925.199 MJ Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 186 - 188.
302-2	Consumo de energía fuera de la organización	El consumo de energía fuera de la organización: 1.178.719.698 MJ Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 186.
302-3	Intensidad energética	El ratio de intensidad energética de la organización: 0,328 MJ/litro de bebida producida. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 187.
302-5	Reducciones en requisitos de energía de productos y servicios	Las reducciones de los requerimientos energéticos de los productos y servicios vendidos: -2% Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 187.
403-1	Sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional	La información se presenta en la página 72 y 172 de la memoria integrada.

# CARTA DE VERIFICACIÓN



Indicador	Nombre del indicador	Valor asegurado por EY
403-2	Identificación de riesgos, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	La información se presenta en la página 74 de la memoria integrada.
403-3	Servicios de salud ocupacional	La información se presenta en la página 74 de la memoria integrada.
403-4	Participación, consulta y comunicación de los trabajadores sobre salud y seguridad ocupacional	La información se presenta en la página 75 de la memoria integrada.
403-5	Capacitación de trabajadores sobre salud y seguridad ocupacional	La información se presenta en la página 75 de la memoria integrada.
403-6	Promoción de la salud de los trabajadores	La información se presenta en la página 68 y 203 de la memoria integrada.
403-7	Prevención y mitigación de los impactos de salud y seguridad ocupacional directamente vinculados por las relaciones comerciales	La información se presenta en la página 74 de la memoria integrada.
403-8	Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional	La cantidad y el porcentaje de los empleados y los trabajadores que no son empleados, pero cuyo trabajo o lugar de trabajo están controlados por la organización, que están cubiertos por dicho sistema: 22.655. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 72.
403-9	Lesiones relacionadas con el trabajo	Tasa de fallecimientos por accidente laboral (propios): 0,00. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 208.
		Tasa de fallecimientos por accidente laboral (terceros): 0,01. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 208.
		Tasa de lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (propios): 0,01. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 209.
		Tasa de lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (terceros): 0,00. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 209.
		Tasa de lesiones por accidente laboral (LTIR; propios): 1,07. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 209.
		Tasa de lesiones por accidente laboral (LTIR; terceros): 0,73. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 209.
403-10	Salud y enfermedad relacionada con el trabajo	Tasa de enfermedades profesionales (propios y terceros): 0,11. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 74 y 209.
405-1	Diversidad de organismos de gobierno y empleados	Rango de edad del directorio: <ul style="list-style-type: none"> <li>Mujeres menores de 30 años: 0.</li> <li>Mujeres entre 30 y 40 años: 0.</li> <li>Mujeres entre 41 y 50 años: 0.</li> <li>Mujeres entre 51 a 60 años: 1.</li> <li>Mujeres entre 61 y 70 años: 0.</li> <li>Mujeres superiores a 70 años: 0.</li> <li>Hombres menores de 30 años: 0.</li> <li>Hombres entre 30 y 40 años: 0.</li> <li>Hombres entre 41 y 50 años: 1.</li> <li>Hombres entre 51 a 60 años: 5.</li> <li>Hombres entre 61 y 70 años: 5.</li> <li>Hombres superiores a 70 años: 2.</li> </ul> Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 196. Total dotación por categoría de funciones: <ul style="list-style-type: none"> <li>Alta gerencia: 10.</li> <li>Gerencia: 58.</li> <li>Jefatura: 1.721.</li> <li>Operario: 8.834.</li> <li>Fuerza de venta: 2.657.</li> <li>Administrativo: 2.285.</li> <li>Auxiliar: 285.</li> <li>Otros profesionales: 59.</li> <li>Otros técnicos: 719.</li> <li>Total: 16.628.</li> </ul> Verificación incluye todos los datos que componen el total, según desglose hombre-mujer, categoría de funciones y rango etario.



Indicador	Nombre del indicador	Valor asegurado por EY
405-2	Proporción de salario básico y remuneración de mujeres a los hombres	Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 197 y 199. Brecha salarial (media). Dato incluye desglose según categoría laboral: 111,2%. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 201. Brecha salarial (mediana). Dato incluye desglose según categoría laboral: 147,4%. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 201. Total ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres para cada categoría laboral: <ul style="list-style-type: none"> <li>Total Argentina: 88,7%.</li> <li>Total Brasil: 76,2%</li> <li>Total Chile: 81,0%</li> <li>Paraguay: 78,2</li> </ul> Verificación incluyó todos los datos que componen los totales, según desglose hombre-mujer. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 201.
404-1	Horas promedio de capacitación por año por empleado	Total promedio de capacitaciones: 24,2. Verificación incluyó todos los datos que componen el total, según desglose hombre-mujer y categoría laboral. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 206.
404-2	Programas para actualizar las habilidades de los empleados y los programas de asistencia de transición	Temáticas y materias abordadas en las capacitaciones: <ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollo de habilidades para el trabajo: 46,2%</li> <li>Desarrollo de competencias y empleabilidad: 29,5%</li> <li>Seguridad laboral: 17,0%</li> <li>Sustentabilidad y medio ambiente: 3,8%</li> <li>Ética y código de conducta: 3,5%</li> </ul> Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 65, 67 y 206.
404-3	Porcentaje de empleados que reciben un desempeño regular y revisiones de desarrollo profesional	Porcentaje de colaboradores con evaluación de desempeño: <ul style="list-style-type: none"> <li>Argentina: 94,3%</li> <li>Brasil: 100%</li> <li>Chile: 97,8%</li> <li>Paraguay: 49,2%</li> </ul> Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 207.
406-1	Incidentes de discriminación y acciones correctivas tomadas	Total: 0. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 224.
402-1	Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	La información se presenta en la página 225 de la memoria integrada.
407-1	Operaciones y proveedores en los que el derecho a la libertad de asociación y la negociación colectiva podría estar en riesgo	La información se presenta en la página 71 y 125 de la memoria integrada.
308-1	Nuevos proveedores que se seleccionaron utilizando criterios ambientales	Total: 0%. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 225.
308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y las acciones tomadas	Total de proveedores evaluados: 1.353. Total de proveedores críticos evaluados en sostenibilidad: 255. Total de proveedores evaluados en relación con impactos ambientales: 429. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 125 y 192.
414-1	Nuevos proveedores que fueron seleccionados utilizando criterios sociales	Total: 0%. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 225.
414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y las acciones tomadas	Total de proveedores evaluados: 1.353. Total de proveedores críticos evaluados en sostenibilidad: 255. Total de proveedores evaluados en relación con impactos sociales: 581. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 125 y 192.
416-1	Evaluación de los impactos de salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	La información se presenta en la página 81, 172 y 174 de la memoria integrada.
416-2	Incidentes de incumplimiento sobre los impactos de salud y seguridad de los productos y servicios	Total: 0. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 226.

# CARTA DE VERIFICACIÓN



Indicador	Nombre del indicador	Valor asegurado por EY
417-1	Requisitos para información y etiquetado de productos y servicios	La información se presenta en la página 81 y 172 de la memoria integrada.
417-2	Incidentes de incumplimiento sobre información y etiquetado del producto y servicio	Total: 0 Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 226.
417-3	Incidentes de incumplimiento sobre las comunicaciones de marketing	Total: 0 Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 226.
401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	Total contrataciones de nuevos colaboradores: <ul style="list-style-type: none"> <li>Argentina: Mujeres: 57; Hombres: 134.</li> <li>Brasil: Mujeres: 423; Hombres: 1.924.</li> <li>Chile: Mujeres: 59; Hombres: 135.</li> <li>Paraguay: Mujeres: 22; Hombres: 41.</li> <li>Holding: Mujeres: 2; Hombres: 1.</li> </ul> Verificación considera el total desagregado según país, sexo y rango etario. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 205. Tasa de contrataciones de nuevos colaboradores: <ul style="list-style-type: none"> <li>Argentina: Mujeres: 0,15; Hombres: 0,04.</li> <li>Brasil: Mujeres: 0,30; Hombres: 0,29.</li> <li>Chile: Mujeres: 0,07; Hombres: 0,04.</li> <li>Paraguay: Mujeres: 0,13; Hombres: 0,05.</li> <li>Holding: Mujeres: 0,11; Hombres: 0,04.</li> </ul> Verificación considera el total desagregado según país, sexo y rango etario. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 205. Tasa de rotación promedio mensual: <ul style="list-style-type: none"> <li>Argentina: 0,6%</li> <li>Brasil: 2,2%</li> <li>Chile: 1,4%</li> <li>Paraguay: 0,3%</li> </ul> Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 205.
401-2	Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	La información se presenta en la página 68 y 203 de la memoria integrada.
401-3	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	Total de colaboradores que han regresado al trabajo después de terminar el permiso postnatal por operación: <ul style="list-style-type: none"> <li>Mujeres Coca-Cola Andina: 104.</li> <li>Hombres Coca-Cola Andina: 299.</li> </ul> Verificación considera el total desagregado según país y sexo. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 202.
413-1	Operaciones con participación local de la comunidad, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo	La información se presenta en la página 118, 119, 120, 121 y 122.
413-2	Operaciones con impactos negativos reales y potenciales significativos en las comunidades locales	La información se presenta en la página 118, 119, 120, 121 y 122.
FB-NB-110a.1.	Combustible de la flota consumido, porcentaje renovable	Total de combustible consumido por los vehículos de su flota: 377.104 GJ Porcentaje de la cantidad total de combustible consumido por los vehículos de su flota que sea combustible renovable: 11,6% Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 190.
FB-NB-130a.1.	(1) Energía operativa consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables	Cantidad total de energía consumida: 1.542.925.199 MJ Porcentaje de energía consumida que sea energía renovable: 36,4% Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 186.
FB-NB-140a.1.	(1) Total de agua extraída, (2) total de agua consumida, porcentaje de cada una en regiones con un estrés hídrico inicial alto o extremadamente alto	Total origen del agua por operación: 8.110.777 m <sup>3</sup> /año. Consumo total de agua: 4.931.820 m <sup>3</sup> /año. Consumo total en zonas de estrés hídrico: 1.434.713 m <sup>3</sup> /año. Ratio de agua (WUR): 1,72 Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 178 y 179.
FB-NB-140a.2.	Descripción de los riesgos de la gestión del agua y análisis de las estrategias y las prácticas para mitigarlos	La información se presenta en la página 103, 104, 105, 107, 108 y 109 de la memoria integrada.



Indicador	Nombre del indicador	Valor asegurado por EY
FB-NB-260a.1.	Ingresos por bebidas de (1) sin calorías y bajas en calorías. Ingresos por bebidas (2) sin azúcar añadido. Ingresos por bebidas (3) endulzadas artificialmente	Ingresos totales por categoría en miles de millones de dólares: <ul style="list-style-type: none"> <li>Ingresos por bebidas sin calorías y bajas en calorías: 984.</li> <li>Ingresos por bebidas sin azúcar añadida: 174.</li> <li>Ingresos por bebidas endulzadas artificialmente: 531.</li> </ul> Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 174.
FB-NB-260a.2.	Análisis del proceso de identificación y gestión de los productos e ingredientes relacionados con las preocupaciones nutricionales y de salud de los consumidores	La información se presenta en la página 81 y 82 de la memoria integrada.
FB-NB-270a.1.	Porcentaje de anuncios publicitarios (1) realizados para niños Porcentaje de anuncios publicitarios (2) realizados para niños que promueven productos que cumplen con las recomendaciones alimentarias	La Compañía no contrata publicidad en medios de comunicación cuya audiencia de menores de 13 años sea mayor a un 30%. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 81.
FB-NB-270a.2.	Ingresos de los productos etiquetados como (1) que contienen organismos modificados genéticamente (OMG). Ingresos de los productos etiquetados como (2) que no contienen OMG.	No existen productos etiquetados como contenedores de OMG. Segundo inciso del indicador es voluntario y no se divulga en la Memoria Integrada 2023. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 81.
FB-NB-270a.3.	Número de incidentes de no conformidad de los códigos reglamentarios o del sector para el etiquetado o el marketing	Total: 0 Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 219.
FB-NB-270a.4.	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con las prácticas de etiquetado o de marketing.	Total: 0. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 219.
FB-NB-410a.1.	(1) Peso total de los envases	Peso total de materiales no renovables utilizados: 106.855 ton. Peso total de los materiales renovables o reciclados reutilizados: 30.380 ton. Peso total de los materiales utilizados: 137.235 ton. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 182.
FB-NB-410a.2.	Análisis de las estrategias para reducir el efecto ambiental de los embalajes a lo largo de su ciclo de vida	La información se presenta en la página 95 y 101 de la memoria integrada.
FB-NB-430a.1.	Auditoría de la responsabilidad social y ambiental de los proveedores: (1) tasa de no conformidad. Auditoría de la responsabilidad social y ambiental de los proveedores: (2) tasa de acciones correctivas correspondientes para casos de no conformidad a) importantes y b) leves	Tasa de no conformidad: <ul style="list-style-type: none"> <li>Importantes: 1</li> <li>Leves: 2</li> </ul> Tasa de acciones correctivas 100%. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 195.
FB-NB-000.A	Volumen de productos vendidos	Millones de hectolitros (Mh) <ul style="list-style-type: none"> <li>Argentina: 194,2 MM UC</li> <li>Brasil: 300,9 MM UC</li> <li>Chile: 309,9 MM UC</li> <li>Paraguay: 77,6 MM UC</li> </ul> Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 175.
FB-NB-000.B	Número de instalaciones de producción	Número de instalaciones de producción: 10 plantas embotelladoras. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 6.
FB-NB-000.C	Total de millas recorridas por carretera de la flota	Km recorridos: 114.424.866 Km. Para más información dirigirse a Memoria Integrada 2023, página 190.



# CARTA DE VERIFICACIÓN



EY Chile  
Avda. Presidente  
Riesco 5435, Piso 4,  
Las Condes, Santiago

Tel: +56 (2) 2676 1000  
www.eychile.cl

## Informe de Aseguramiento de un Profesional Independiente sobre la Declaración de Gases de Efecto Invernadero (GEI) de Embotelladora Andina S.A.

Embotelladora Andina S.A.:

### Alcance

Hemos sido contratados por **Embotelladora Andina S.A. para realizar un “encargo de aseguramiento limitado”, según se define en las Normas Internacionales sobre Encargos de Aseguramiento, en lo sucesivo denominado el encargo, para informar sobre la declaración de GEI, indicadas en el Anexo 1 de este documento,** de Embotelladora Andina S.A para el período comprendido entre el 01 de enero del 2023 y el 31 de diciembre del 2023, que comprende los contenidos de información y datos presentados en el “Inventario de Gases de Efecto Invernadero de Embotelladora Andina S.A. 2023” de las operaciones de Argentina, Brasil, Chile, Paraguay, así como Andina Empaques y las filiales Vital Agua S.A, Vital Jugo S.A y Envases Central S.A. (el “Asunto Objeto”) **consideró un aseguramiento limitado respecto a la información asociada a consumos que son destinados a la producción de bebidas presentada en el inventario de emisiones 2023 para las siguientes fuentes:**

1. Transporte Interplanta T1 – Diesel (Alcance 1)
2. Transporte Interplanta T1 – Diesel (Alcance 3)
3. Energía eléctrica cogenerada
4. Energía eléctrica de red – convencional
5. Energía eléctrica renovable – certificada
6. Azúcar – Sacarosa
7. CO<sub>2</sub> – Insumo Gaseoso
8. PET One Way – Proporción de material virgen
9. PET One Way – Proporción de material reciclado
10. Aluminio – Proporción de material virgen
11. Aluminio – Proporción de material reciclado
12. Botellas REF PET – Proporción de material virgen
13. Equipos de Frío – Energía eléctrica
14. Resina PET - Proporción material virgen
15. Resina PET - Proporción material reciclado
16. Resina Polietileno - Proporción material virgen
17. Resina Polietileno - Proporción material reciclado

Aparte de lo descrito en el párrafo anterior, que establece el alcance de nuestro encargo, no llevamos a cabo procedimientos de aseguramiento sobre la información restante incluida en el Informe y, en consecuencia, no expresamos una conclusión sobre esta información.



## Criterios aplicados por Embotelladora Andina S.A.

Al preparar el inventario de emisiones 2023, Embotelladora Andina S.A. aplicó los lineamientos de la Guía de Descarbonización de The Coca-Cola Company, el documento Mediciones de rendimiento de EOSH y el GHG Protocol, el cual es respaldado por el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) y el World Resources Institute (WRI). Se puede acceder a los Criterios a través de la plataforma Geo Works, la cual fue customizada para Embotelladora Andina S.A. y tiene un acceso limitado a las personas de la organización que cuentan con las credenciales para ingresar, revisar información y editar valores. Los datos reportados por cada operación no están estandarizados y consideran solo los consumos destinados a la producción de bebidas, como resultado, la información en cuestión puede no ser adecuada para otro propósito.

## Responsabilidades de Embotelladora Andina S.A.

**La dirección de Embotelladora Andina S.A. es responsable de seleccionar los Criterios y de presentar el Inventario de Emisiones 2023** de conformidad con dichos Criterios, en todos los aspectos significativos. Esta responsabilidad incluye el establecimiento y mantenimiento de controles internos, el mantenimiento de registros adecuados y la realización de estimaciones que sean pertinentes para la preparación de la declaración de GEI, de modo que esté libre de inexactitudes materiales, ya sea debidas a fraude o error.

## Responsabilidades de EY

Nuestra responsabilidad es expresar una conclusión sobre la presentación del Objeto en base a las pruebas que hemos obtenido.

Nuestro compromiso se llevó a cabo de acuerdo con el Estándar Internacional para Compromisos de Aseguramiento sobre Declaraciones de Gases de Efecto Invernadero (‘ISAE 3410’), y los términos de referencia para este compromiso según lo acordado con Embotelladora Andina S.A. el 21 de septiembre del 2023. Esas normas requieren que planifiquemos y llevemos a cabo nuestro compromiso para expresar una conclusión sobre si tenemos conocimiento de cualquier modificación sustancial que deba realizarse en el Objeto para que esté de acuerdo con los Criterios, y para emitir un informe. La naturaleza, el momento y el alcance de los procedimientos seleccionados dependen de nuestro juicio, incluida una evaluación del riesgo de incorrección material, ya sea debido a fraude o error.

Creemos que las pruebas obtenidas son suficientes y apropiadas para servir de base a nuestra conclusión sobre la limitación de las garantías.

## Nuestra independencia y gestión de calidad

Hemos mantenido nuestra independencia y confirmamos que hemos cumplido con los requisitos del Código de Ética para Contadores Profesionales emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Contadores, y que tenemos las competencias y la experiencia necesarias para llevar a cabo esta revisión de aseguramiento.

# CARTA DE VERIFICACIÓN



EY también aplica la Norma Internacional de Gestión de la Calidad 1, Gestión de la Calidad para Empresas que Realizan Auditorías o Revisiones de Estados Financieros, u Otros Compromisos de Aseguramiento o Servicios Relacionados, que requiere que diseñemos, implementemos y operemos un sistema de gestión de la calidad que incluya políticas o procedimientos relacionados con el cumplimiento de los requisitos éticos, las normas profesionales y los requisitos legales y reglamentarios aplicables.

## Descripción de los procedimientos realizados

Los procedimientos realizados en un encargo de aseguramiento limitado varían en naturaleza y tiempo de un encargo de aseguramiento razonable, y son menores en su alcance. En consecuencia, el nivel de aseguramiento obtenido en un encargo de aseguramiento limitado es sustancialmente menor que el que se habría obtenido si se hubiera realizado un encargo de aseguramiento razonable. Nuestros procedimientos fueron diseñados para obtener un nivel limitado de seguridad en el que basar nuestra conclusión y no proporcionan toda la evidencia que se requeriría para proporcionar un nivel razonable de seguridad.

Aunque consideramos la efectividad de los controles internos de la gerencia al determinar la naturaleza y el alcance de nuestros procedimientos, nuestro compromiso de aseguramiento no fue diseñado para proporcionar seguridad sobre los controles internos. Nuestros procedimientos no incluían controles de prueba ni procedimientos relacionados con la comprobación, agregación o cálculo de datos dentro de los sistemas informáticos.

El proceso de cuantificación de los gases de efecto invernadero está sujeto a la incertidumbre científica, que surge debido a un conocimiento científico incompleto sobre la medición de los GEI. Además, los procedimientos de GEI están sujetos a la incertidumbre de estimación (o medición) resultante de los procesos de medición y cálculo utilizados para cuantificar las emisiones dentro de los límites del conocimiento científico existente.

Un encargo de aseguramiento limitado consiste en realizar consultas, principalmente a las personas responsables de preparar la información para el cálculo de huella de carbono en las fuentes dentro del alcance y la información relacionada, y aplicar procedimientos analíticos y otros procedimientos pertinentes.

Nuestros procedimientos incluyeron:

- La revisión de verificadores proporcionados por la Administración de Embotelladora Andina S.A.
- Análisis de los factores de emisión considerados por Embotelladora Andina S.A para el cálculo de huella de carbono.
- Examinación de los datos recopilados y las metodologías utilizadas para calcular la huella de carbono.
- La revisión de las fórmulas, razonabilidad aritmética y lógica de las estimaciones utilizadas en su herramienta de cálculo.
- Recalculo de huella de carbono.
- Entrevistas a los responsables de la información para comprender el proceso de recolección de data y su origen.

3 de 6



También realizamos otros procedimientos que consideramos necesarios dadas las circunstancias.

## Limitaciones

Considerando la metodología descrita y el periodo entre el 01 de enero de 2023 y 31 de diciembre de 2023, los controles aplicaron solo a las fuentes indicadas en el Anexo 1 de este documento.

## Conclusión

Sobre la base de nuestros procedimientos y de las pruebas obtenidas, no tenemos conocimiento de ninguna modificación importante que deba hacerse para las fuentes de mayor impacto en el Inventario de Emisiones de GEI del periodo comprendido entre el 01 de enero del 2023 hasta el 31 de diciembre del 2023, basado en los Criterios establecidos.

## Uso restringido

Este informe está destinado únicamente a la información y el uso de Embotelladora Andina S.A. y no está destinado a ser ni debe ser utilizado por nadie más que las partes especificadas.

EY Servicios Profesionales de Auditoría y Asesorías Limitada

Iris Crisóstomo Lira  
Partner

13 de marzo de 2024

IN.001723-24

MCZ/pcb  
11649748

4 de 6

# CARTA DE VERIFICACIÓN

## Anexo A: Fuentes verificadas

### Asunto objeto

La información de GEI asegurada (el "Asunto Objeto") en el alcance de este Informe y que fue emitida por Embotelladora Andina S.A. se presenta en la siguiente tabla:

Fuente	Alcance Huella de Carbono	Operación	TonCO2 eq
1. Transporte Interplanta T1 – Diesel Alcance 1	1	Brasil	7.105
2. Transporte Interplanta T1 – Diesel Alcance 3	3	Argentina	35.768
	3	Brasil	3.026
	3	Chile	22.426
3. Energía eléctrica cogenerada	3	Paraguay	5.821
	2	Andina Empaque	3.208
	2	Brasil	30.743
4. Energía eléctrica de red – convencional	2	Andina Empaque	11.046
	2	Argentina	23.711
	2	Chile	2.040
5. Energía eléctrica renovable – certificada	2	Envases Central S.A.	3.591
	2	Andina Empaque	-
	2	Argentina	-
	2	Brasil	-
	2	Chile	-
	2	Paraguay	-
6. Azúcar – Sacarosa	2	Vital Agua S.A.	-
	2	Vital Jugo S.A.	-
	3	Argentina	32.649
	3	Brasil	66.772
	3	Chile	28.023
	3	Envases Central S.A.	5.480
7. CO <sub>2</sub> – Insumo Gaseoso	3	Paraguay	13.593
	3	Vital Jugo S.A.	2.408
	3	Argentina	6.572
	3	Brasil	9.374
	3	Chile	5.672
	3	Envases Central S.A.	2.021
8. PET One Way – Proporción de material virgen	3	Paraguay	2.458
	3	Vital Agua S.A.	714
	3	Argentina	58.170
	3	Brasil	78.111
	3	Chile	59.532
	3	Envases Central S.A.	6.314
9. PET One Way – Proporción de material reciclado	3	Paraguay	26.210
	3	Vital Agua S.A.	9.022
	3	Vital Jugo S.A.	7.827
	3	Argentina	11.549
	3	Brasil	22.641
	3	Paraguay	4.798
10. Aluminio – Proporción de material virgen	3	Argentina	1.910
	3	Brasil	12.662
	3	Chile	1.765
	3	Envases Central S.A.	7.762

Fuente	Alcance Huella de Carbono	Operación	TonCO2 eq
11. Aluminio – Proporción de material reciclado	3	Argentina	781
	3	Brasil	4.131
	3	Envases Central S.A.	2.532
12. Botellas REF PET – Proporción de material virgen	3	Argentina	8.954
	3	Brasil	4.809
	3	Chile	15.461
	3	Paraguay	950
13. Equipos de Frio – Energía eléctrica	3	Argentina	61.993
	3	Brasil	4.242
	3	Chile	67.174
	3	Paraguay	-
14. Resina PET - Proporción material virgen	3	Andina Empaque	102.397
15. Resina PET - Proporción material reciclado	3	Andina Empaque	13.453
16. Resina Polietileno - Proporción material virgen	3	Andina Empaque	6.460
17. Resina Polietileno - Proporción material reciclado	3	Andina Empaque	642

## DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Los directores de Embotelladora Andina S.A. y su Vicepresidente Ejecutivo, todos firmantes de esta declaración, se hacen responsables bajo juramento de la veracidad de toda la información proporcionada en la Memoria Anual Integrada 2023, en cumplimiento con la Norma de Carácter General N°30 de la Comisión para el Mercado Financiero.

**JUAN CLARO GONZÁLEZ**

Presidente del Directorio  
Rut 5.663.828-8

**GONZALO SAID HANDAL**  
Vicepresidente del Directorio  
Rut 6.555.478-K

**MIGUEL ÁNGEL PEIRANO**  
Vicepresidente Ejecutivo  
Rut 23.836.584-8

**JOSÉ ANTONIO GARCÉS SILVA**

Director  
Rut 8.745.864-4

**FELIPE JOANNON VERGARA**

Director  
Rut 6.558.360-7

**CARMEN ROMÁN ARANCIBIA**

Director  
Rut 10.335.491-9

**RODRIGO VERGARA MONTES**

Director  
Rut 7.980.977-2

**SALVADOR SAID SOMAVÍA**

Director  
Rut 6.379.626-3

**ROBERTO MERCADÉ**

Director  
Extranjero

**EDUARDO CHADWICK CLARO**

Director  
Rut 7.011.444-5

**DOMINGO CRUZAT AMUNÁTEGUI**

Director Independiente  
Rut 6.989.304-K

**GEORGES DE BOURGUIGNON ARNDT**

Director  
Rut 7.269.147-4

**GONZALO PAROT PALMA**

Director Independiente  
Rut 6.703.799-5

**LUIS FELIPE COELHO DUPRAT  
AVELLAR**

Director  
Extranjero

**MARIANO ROSSI**

Director  
Extranjero

*Coca-Cola* ANDINA

**2023**

MEMORIA ANUAL INTEGRADA