COCA-COLA FEMSA, S.A. DE C.V.

OFERTA PUBLICA SECUNDARIA DE 16'409,000 ACCIONES SERIE "L" DE VOTO LIMITADO, CON EXPRESION DE VALOR NOMINAL DE N$1.00 (UN NUEVO PESO M.N.), REPRESENTATIVAS DEL CAPITAL SOCIAL

MONTO TOTAL DE LA OFERTA

N$104'689,420.00

CARACTERISTICAS DE LA EMISION:

OFERTA SECUNDARIA:	**16'409,000 Acciones por N$104'689,420.00 representativas del 3.45% del capital social pagado**
PRECIO DE COLOCACION:	**N$6.38**

NUMERO DE ACCIONES REPRESENTATIVAS DEL CAPITAL SOCIAL PAGADO DE LA EMISORA:	475'000,000
CLAVE DE PIZARRA:	KOF
PERIODO DE OFRECIMIENTO:	14 y 15 de septiembre de 1993
FECHA DE REGISTRO EN BOLSA:	14 de septiembre de 1993
FECHA DE LIQUIDACION:	20 de septiembre de 1993
POSIBLES ADQUIRENTES:	Personas físicas o morales de nacionalidad mexicana o extranjera, Instituciones y Sociedades Mutualistas de Seguros, Instituciones de Fianzas, Organizaciones Auxiliares del Crédito y Sociedades de Inversión Comunes.

Las acciones materia de esta oferta pública secundaria provienen de uno de los accionistas actuales de la sociedad y representan el 3.45% del capital social pagado de Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V..

La oferta pública a que se refiere el presente prospecto, forma parte de una oferta global simultánea del 17.27% del capital social pagado de Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V., que paralelamente se ofrecen en los Estados Unidos de América y en otros países, expidiéndose American Depositary Shares ("ADSs"), sobre las acciones emitidas.

El accionista vendedor ha otorgado al líder colocador de la oferta global una opción de sobre asignación de hasta 1.73% del capital social pagado de Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V..

En el supuesto de que se ejerza en su totalidad la opción de sobre asignación se habrá colocado entre el público inversionista el 19.00% del capital social pagado de Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V..

La opción estará vigente por un plazo de 30 días a partir de la fecha en que se inicie la oferta simultánea.

INTERMEDIARIO COLOCADOR:

Casa de Bolsa Bancomer

CASA DE BOLSA BANCOMER, S.A. DE C.V.,
GRUPO FINANCIERO BANCOMER

SINDICATO COLOCADOR:

Inversora Bursátil, S.A. de C.V., Casa de Bolsa, Grupo Financiero Inbursa.	Acciones y Valores de México, S.A. de C.V., Casa de Bolsa, Grupo Financiero Banamex Accival.	Valores Mexicanos, Casa de Bolsa, S.A. de C.V.	Operadora de Bolsa Serfin, S.A. de C.V., Casa de Bolsa, Grupo Financiero Serfin.	
Invex, Casa de Bolsa, S.A. de C.V.	InverMéxico, S.A. de C.V., Casa de Bolsa, Grupo Financiero InverMéxico.	Grupo Bursátil Mexicano, S.A. de C.V., Casa de Bolsa, Grupo Financiero GBM Atlántico.	Vector, Casa de Bolsa, S.A. de C.V.	Fimsa, Casa de Bolsa, S.A. de C.V.

Las acciones representativas del capital social de Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V., se encuentran inscritas en la Sección de Valores y Especial del Registro Nacional de Valores e Intermediarios y se cotizarán en la Bolsa Mexicana de Valores S.A. de C.V., y en otros mercados extranjeros. La inscripción en el Registro Nacional de Valores e Intermediarios no implica certificación sobre la bondad del valor o la solvencia del Emisor.

México, D.F., a 14 septiembre de 1993

Aut. C.N.V. 5476

INDICE

	Página
Resumen del Prospecto	3
Consideraciones sobre la Inversión	8
La Empresa	10
Información de Mercado	12
Política de Dividendos	12
Dilución	13
Pasivo y Capital	14
Información Financiera Seleccionada	15
Análisis de la Administración sobre la Situación Financiera y los Resultados de Operación	17
Descripción del Negocio	28
Regulaciones	49
Administración	51
Accionistas Principales y Vendedores	57
Descripción del Capital Social	59
Impuestos	65
Indice de los Estados Financieros Consolidados y Combinados	F-1

Con vigor al 1° de enero de 1993, el gobierno de México estableció una nueva unidad monetaria, el Nuevo Peso, que sustituye al Peso y equivale a mil Pesos. En el presente Prospecto, los "Pesos" o "Ps" se refieren a Pesos mexicanos y las menciones "Nuevos Pesos" o "NPs" se refieren a Nuevos Pesos mexicanos, en tanto los "Dólares" o "$" se refieren a Dólares estadounidenses. Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V., publica sus estados financieros en Nuevos Pesos. De conformidad con los principios de contabilidad generalmente aceptados en México ("PCGA Mexicanos"), la información financiera incluida en los estados financieros correspondientes a todos los períodos y, salvo indicación en contrario, en la totalidad del presente Prospecto, se ha convertido a Nuevos Pesos constantes al 30 de junio de 1993. Exclusivamente con el fin de facilitar la comprensión del lector, el presente Prospecto incluye conversiones de ciertos importes en Pesos y Nuevos Pesos a Dólares por tipos de cambio específicos. Estas conversiones no deben ser interpretadas como una declaración de que los importes en Pesos o Nuevos Pesos de hecho representen tales importes en Dólares o podrían convertirse a Dólares por el tipo de cambio indicado. Salvo especificación en contrario, dichos montos en Nuevos Pesos han sido convertidos a Dólares por un tipo de cambio de NPs3.115 por $1.00, tipo de cambio vigente al 30 de junio de 1993 según publicación de dicha fecha de Euromex, S.A. de C.V., subsidiaria de Banco Nacional de México, S.A. Ver "Tipos de Cambio", donde se incluye información sobre los tipos de cambio vigentes a partir del 1° de enero de 1988. Al 9 de septiembre de 1993, el tipo de cambio era de NPs3.1100 por $1.00.

Ciertos importes que se incluyen en el presente Prospecto pueden no sumar debido al redondeo.

Tal como se utiliza en el presente Prospecto, el término "refresco" se refiere en general a las bebidas carbonatadas sin alcohol, incluyendo a aquéllas que contienen sabores y endulzantes naturales o artificiales, y aguas minerales. La expresión "caja unidad" se refiere a 192 onzas de bebida listas para el consumo (24 porciones de ocho onzas), y cuando la expresión se aplica al jarabe para máquina mezcladora para fuente de sodas ("Post Mix"), y concentrado, se refiere al concentrado o al jarabe para Post Mix necesario para producir 192 onzas de bebida listas para el consumo. Las tasas y niveles anuales de crecimiento de volúmenes y consumo per cápita así como los datos sobre participación en las ventas, segmentos de productos, envases y población correspondientes a los territorios de las embotelladoras que se incluyen en el presente Prospecto han sido determinados y calculados sobre la base de estadísticas acumuladas y de ciertos supuestos adoptados por Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. con la colaboración de The Coca-Cola Company. También se utilizaron estadísticas adicionales suministradas por terceros. En cuanto se refiere a las estimaciones basadas en datos internos que se incluyen en el presente Prospecto, la Administración de Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. considera que las mismas son confiables. La información relativa a las cifras de ventas y a la participación de la Empresa en las ventas así como la información sobre el consumo per cápita en los territorios de la Empresa incluye las cajas de refrescos que la Empresa distribuye sin cargo en forma promocional.

RESUMEN DEL PROSPECTO

La totalidad de la información que se incluye a continuación se basa en la información detallada y los estados financieros que figuran en otros lugares en el presente Prospecto y está sujeta a la misma. Salvo que el contexto implique un significado diferente, las expresiones "Coca-Cola FEMSA" o "la Empresa" incluidas en el presente Prospecto se referirán a Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V., y a sus subsidiarias consolidadas.

LA EMPRESA

Coca-Cola FEMSA es una empresa controladora que a través de sus subsidiarias produce, comercializa y distribuye refrescos en la Ciudad de México y regiones aledañas ("territorio del Valle de México" o "Valle de México") y en el sureste de México ("territorio del Sureste" o "Sureste de México" o "Sureste"). Coca-Cola FEMSA tiene el derecho exclusivo de producir y comercializar Coca-Cola, diet Coke, Sprite, diet Sprite y Fanta en estos territorios en virtud de dos contratos de embotellador suscritos con The Coca-Cola Company (los "Contratos de Embotellador"). El volumen de ventas de refrescos en México es el segundo del mundo, con un consumo total estimado de 2,058 millones de cajas unidad en 1992. Las ventas de bebidas de cola en México, que se estima ascendieron a 1,289 millones de cajas unidad en 1992, son las segundas del mundo, el consumo per cápita en México de Coca-Cola fue el más alto del mundo durante el primer trimestre de 1993. La Empresa estima que el territorio del Valle de México incluye una población aproximada de 16 millones de habitantes, lo cual lo convierte en la mayor operación de embotellado de Coca-Cola del mundo en términos de población en un único territorio. El territorio del Sureste tiene una población aproximada de 8 millones de habitantes. En forma conjunta, los territorios de la Empresa abarcan aproximadamente un 29% de la población de México.

En 1992, la Empresa declaró ventas netas por un total de NPs1,591.5 millones y un volumen total de ventas de 221.7 millones de cajas unidad. Durante el período de doce meses terminado el 31 de diciembre de 1992, la Empresa representó un 54.0% y un 71.7% de las ventas de bebidas de cola en el Valle de México y en el Sureste respectivamente. En términos de volumen de ventas, durante el mismo año la Empresa registró el más rápido crecimiento entre todos los embotelladores de Coca-Cola de México. La Empresa tiene actualmente ocho plantas embotelladoras en el territorio del Valle de México, con una capacidad total instalada de producción anual de 186.9 millones de cajas unidad, y cinco plantas embotelladoras en el territorio del Sureste, con una capacidad total instalada de producción anual de 76.1 millones de cajas unidad. La red de distribución de la Empresa incluye 42 grandes centros de distribución ubicados estratégicamente y aproximadamente 1,810 camiones. Los productos de la Empresa se entregan directamente a más de 75,000 detallistas en el Valle de México y a aproximadamente 71,000 detallistas en el Sureste.

El día 21 de junio de 1993, The Inmex Corporation ("Inmex"), una subsidiaria indirecta de The Coca-Cola Company, suscribió un 30% del capital social de Coca-Cola FEMSA, representado por 142,500,000 Acciones Serie D con un valor nominal de un Nuevo Peso cada una ("Acciones Serie D"). Hasta dicha fecha, Coca-Cola FEMSA era administrada como una división de Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V. ("FEMSA"), la mayor empresa del rubro "alimentos, bebidas y tabaco" que cotiza sus acciones en la Bolsa Mexicana de Valores, S.A. de C.V. Luego de la Oferta Global, y suponiendo que se ejercite la opción de sobre asignación de los Colocadores, FEMSA será propietaria de aproximadamente un 51% del capital social en circulación de la Empresa, en tanto Inmex será propietaria de aproximadamente un 30% y los titulares de Acciones L, de aproximadamente un 19%. Dado que los titulares de las Acciones L solamente tienen derecho a voto en circunstancias limitadas, FEMSA contará con aproximadamente un 63% e Inmex con aproximadamente un 37% de los derechos de voto de la Empresa. Conforme a la idea acordada entre FEMSA y The Coca-Cola Company de que Coca-Cola FEMSA fuera administrada por ambas como un "Joint Venture", los estatutos sociales de la Empresa y el Contrato de Asociación celebrado por The Coca-Cola Company, Inmex y FEMSA ("Contrato de Asociación") disponen que The Coca-Cola Company desempeñe un papel significativo en la administración de la Empresa. El Contrato de Asociación también dispone que The Coca-Cola Company tiene la intención de que la Empresa sea considerada como una de sus pocas embotelladoras "ancla" en América Latina. Ver *"Descripción del Capital Social"* y *"Accionistas Principales y Vendedores—Contrato de Asociación"*.

INFORMACION FINANCIERA RESUMIDA

El día 31 de octubre de 1991, FEMSA transfirió a FEMSA REFRESCOS, S.A. de C.V. empresa subcontroladora de reciente formación, las Acciones de sus subsidiarias que operan en la industria de refrescos, con excepción de las operaciones de agua mineral. Los estados financieros de la Empresa ("Estados Financieros") se presentan en forma consolidada al 31 de diciembre de 1991 y 1992 y para el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 1992, y en forma combinada al 31 de diciembre de 1988 hasta 1990, así como para los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 1988 a 1991.

Los Estados Financieros han sido preparados de acuerdo con los PCGA Mexicanos, que difieren en ciertos aspectos de los principios de contabilidad generalmente aceptados en los Estados Unidos de América ("GAAP Estadounidonses"). De acuerdo con las normas para el registro de la inflación contempladas en los PCGA Mexicanos, los Estados Financieros de Coca-Cola FEMSA reconocen ciertos efectos de la inflación, y en el presente Prospecto los datos correspondientes a ejercicios anteriores se convierten a Nuevos Pesos constantes al 30 de junio de 1993. Ver Nota 2 a) en a los Estados Financieros. El efecto de estos principios aplicables al registro de la inflación no se ha reflejado en la conciliación con los GAAP Estadounidenses.

Con anterioridad a la recapitalización de la Empresa por parte de FEMSA y a la suscripción por parte de Inmex, subsidiaria indirecta de The Coca-Cola Company, de un 30% del capital social de la Empresa, Coca-Cola FEMSA era administrada como división de FEMSA y la estructura de capital de la Empresa era fijada en función de las políticas y requisitos de la totalidad de FEMSA. Ver *"Descripción del Negocio—Antecedentes de la Empresa" (procederá uno de los dos según contenga información).* En consecuencia, la estructura de capital histórica de la Empresa y los costos de financiamiento resultantes no reflejan necesariamente los resultados que se hubieran logrado si Coca-Cola FEMSA hubiera sido administrada como empresa independiente durante dichos períodos, y los resultados financieros históricos pueden no ser necesariamente indicadores del futuro desempeño de la Empresa.

	Semestre Terminado el 30 de junio de		Ejercicio Terminado el 31 de diciembre de				
	1993	1992	1992	1991(1)	1990(1)	1989(1)	1988(1)
	(Millones de Nuevos Pesos Constantes)(3)						
Datos del Estado de Resultados:							
PCGA Mexicanos:							
Ingreso total	NPs881.6	NPs767.6	NPs1,601.1	NPs1,468.1	NPs1,203.5	NPs1,042.7	NPs963.3
Costo de ventas	403.9	378.3	775.1	736.0	667.1	590.3	539.8
Utilidad bruta	477.6	389.3	825.9	732.1	536.4	452.4	423.5
Gastos de operación	355.7	292.7	619.4	530.2	445.7	398.2	398.1
Utilidad de operación	122.0	96.7	206.5	201.9	90.6	54.2	25.4
Utilidad neta antes de partidas extraordinarias	43.8	36.2	111.5	138.2	68.9	32.7	15.2
Partidas extraordinarias	1.8	1.7	(3.7)	14.1	40.3	24.7	5.8
Utilidad neta	45.6	37.9	107.8	152.3	109.2	57.4	21.0
Utilidad neta por acción(4)	0.17	0.14	0.33	0.63	0.45	0.24	0.09
Utilidad neta por ADS(5)	1.73	1.39	3.32	6.31	4.52	2.38	0.86
GAAP Estadounidenses:							
Ingreso total	NPs881.6	NPs767.6	NPs1,601.1	NPs1,468.1	NPs1,203.5	NPs1,042.7	NPs963.3
Utilidad de operación	130.8	95.5	188.8	198.7	87.5	49.9	20.6
Partidas extraordinarias	—	—	—	—	—	—	—
Utilidad neta	55.7	35.7	101.0	188.6	69.3	38.0	(33.5)
Utilidad neta por acción(4)	0.21	0.13	0.31	0.78	0.29	0.16	(0.14)
Utilidad neta por ADS	2.11	1.31	3.11	7.80	2.87	1.57	(1.39)

	Semestre Terminado el 30 de junio de		Ejercicio Terminado el 31 de diciembre de				
	1993	1992	1992	1991	1990(2)	1989(2)	1988(2)
	(Millones de Nuevos Pesos Constantes)(3)						
Datos del Balance General:							
PCGA Mexicanos:							
Activo total	NPs1,190.4	NPs1,092.3	NPs1,134.6	NPs991.9	NPs858.9	NPs768.6	NPs779.0
Deuda a largo plazo	0	302.9	418.8	305.2	195.8	152.2	256.8
Capital contable total	1,049.1	303.8	211.8	297.0	603.5	600.3	556.9
GAAP Estadounidenses:							
Activo total	1,183.9	1,092.3	1,119.4	991.9	858.9	768.6	779.0
Deuda a largo plazo(6)	0	302.9	418.8	305.2	195.8	152.2	256.8
Capital contable total	911.9	160.8	63.6	156.6	425.8	471.6	449.7
Información Adicional sobre Operaciones:							
Volumen de ventas (en cajas unidad)	115.9	104.9	221.7	209.0	189.3	181.6	151.7
Inversiones	NPs 93.0	NPs 105.9	NPs 166.0	NPs216.7	NPs 72.5	NPs 52.3	NPs 14.4
Margen bruto (% sobre ventas netas)	54.6	51.0	51.9	50.0	44.9	43.6	44.6
Margen de operación (% sobre ingreso total)	13.8	12.6	12.9	13.8	7.5	5.2	2.6

(1) Las cifras correspondientes a los Estados de Resultados de 1988, 1989, 1990 y 1991 se registran en forma combinada.

(2) La información de los balances correspondientes a 1988, 1989 y 1990 se registran en forma combinada.

(3) Se exceptúan los datos por acción, el volumen de ventas, el margen bruto y el margen de operación.

(4) La utilidad por acción se basa en el promedio ponderado del número de acciones en circulación durante cada período con excepción del período entre 1988 y 1990, para el que se calcula utilizando el promedio ponderado del número de acciones en circulación durante 1991.

(5) Calculada sobre una base de diez Acciones Serie L por ADS.

(6) Ver *"Descripción del Negocio—Antecedentes de la Empresa"*, donde se analizan ciertas transacciones que eliminaron la deuda de largo plazo de la Empresa en el ejercicio 1993.

LA OFERTA GLOBAL

Oferta Mexicana ..... 16,409,000 Acciones Serie L en México

Oferta Estadounidense ..... 4,922,700 ADS en los Estados Unidos

Oferta Internacional ..... 1,640,900 ADS fuera de los Estados Unidos y México.

Los ADSs ..... Cada ADS representa 10 (diez) Acciones Serie L.

Precio de Oferta ..... El precio de oferta inicial correspondiente a la Oferta Estadounidense y a la Oferta Internacional es de [illegible] por ADS. El precio de oferta inicial de la Oferta Mexicana es de N$[illegible] por Acción Serie L, que es el equivalente aproximado en Nuevos Pesos del precio de oferta inicial de la Oferta Estadounidense y de la Oferta Internacional sobre la base del tipo de cambio vigente al [illegible] de 1993. Cada ADS representa diez Acciones Serie L. Ver "[illegible] *del Capital Social*".

Accionista Vendedor ..... Impulsora de Mercados, S.A. de C.V., subsidiaria de total propiedad de FEMSA. La Empresa no recibirá fondo alguno derivado de la Oferta Global.

Opción de Sobre Asignación .... El Accionista Vendedor ha otorgado a los Colocadores una opción, que podrá ser ejercitada por el Representante Estadounidense, para la compra de hasta 820,500 ADS adicionales al precio de oferta inicial menos un descuento por colocación.

Acciones en Circulación ..... Al 17 de agosto de 1993, el capital social circulante de la Empresa está constituído por 475,000,000 acciones según se detalla a continuación:

	Acciones en Circulación del Capital Social	% del Capital Social en Circulación	% de los Derechos de Voto
Serie A	242,250,000	51	63
Serie D	142,500,000	30	37
Serie L	90,250,000	19	*
Total	475,000,000	100	100

* Los tenedores de Acciones Serie L, y por consiguiente tenedores de ADS, solamente tienen derecho a voto en circunstancias limitadas.

Así mismo, se han autorizado y emitido, pero no se han suscrito, 90,250,000 Acciones Serie B, con un valor nominal de un Nuevo Peso cada una ("Acciones Serie B") y 68,000,000 Acciones Serie L, que se encuentran actualmente en tesorería. Ver "*Descripción del Capital Social*".

Dividendos ..... Las Acciones de todas las series del capital social de la Empresa tendrán el derecho de recibir los mismos dividendos. De conformidad con el Contrato de Depósito, los tenedores de ADS tendrán derecho a recibir dividendos, si los hubiere, en la misma medida que los tenedores de Acciones Serie L. De conformidad con el Contrato de Depósito, se obliga al Depositario (según se define dicho término a continuación)

	que tan pronto como ello sea posible convierta a Dólares todos los dividendos en efectivo nominados en Nuevos Pesos que reciba con respecto a las Acciones Serie L depositadas, sujeto a ciertas condiciones, y que distribuya tales montos entre los tenedores de ADS. El decreto, pago e importe de dividendos sobre el capital social de la Empresa, incluyendo las Acciones Serie L, quedan sujetos a la aprobación de los tenedores de acciones que no sean Acciones Serie L. Ver *"Política de Dividendos"*. Los dividendos pagados con respecto a las Acciones Serie L representadas por ADS a los tenedores que no sean residentes en México no están actualmente sujetos a ningún impuesto de retención mexicano. Ver *"Impuestos"*.
Derechos de Voto	Los tenedores de ADS tendrán los mismos derechos de voto que los tenedores de Acciones Serie L. Los tenedores de Acciones Serie L tienen derecho de voto solamente en circunstancias limitadas y pueden elegir un integrante del Consejo de Administración. Ver *"Descripción del Capital Social—Derechos de Voto"*.
Preferencia en Caso de Liquidación	Ninguna de las series de acciones de la Empresa tendrá preferencia en caso de liquidación.
Cotización	Con anterioridad a la Oferta Global no ha existido un mercado público para las acciones de la Empresa ni para las ADS. Las ADS han sido aprobadas para cotizar en la Bolsa de Valores de Nueva York, sujetas al aviso del emisor. Se ha presentado también una solicitud para que las Acciones Serie L se coticen en la Bolsa Mexicana de Valores, S.A. de C.V. Actualmente la Empresa no tiene la intención de disponer que las Acciones de las Series A, B o D se listen o coticen en ninguna otra bolsa de valores.
Clave de Pizarra	KOF

CONSIDERACIONES SOBRE LA INVERSION

Los compradores potenciales de Acciones Serie L deberán analizar cuidadosamente toda la información que se incluye en el presente Prospecto y en particular la que se incluye a continuación:

Controles de Precios

Con anterioridad al mes de noviembre de 1992, las presentaciones en botellas de vidrio de 12 y 26 onzas de la Empresa, a las que en 1992 correspondió aproximadamente un 75.6% de sus ventas de cajas unidad, estaban sujetas a controles reguladores de los precios. A partir del mes de noviembre de 1992, estas presentaciones han estado sujetas a controles voluntarios de precios. Los aumentos de precio de dichas presentaciones se negocian entre el gobierno y la Asociación Nacional de Productores de Aguas Envasadas, A.C. sobre la base de un acuerdo suscrito entre el gobierno de México y la Asociación mencionada anteriormente. Se espera que a partir del 1° de enero de 1994, las embotelladoras mexicanas queden en libertad de fijar los precios de todas las presentaciones sin la participación del gobierno. Los controles voluntarios de precios y, de ser restaurados, los controles reguladores pueden limitar la capacidad de la Empresa para aumentar los precios y, en consecuencia, pueden tener un efecto adverso sobre los resultados de la Empresa. No existe la seguridad de que el gobierno no reanude la aplicación de controles reguladores de precios ni de que el período de limitación voluntaria de los precios no se prorrogue más allá de enero de 1994. Ver *"Descripción del Negocio—Mercado Mexicano de Refrescos—Regulación Gubernamental"* y *"Regulación"*.

Precio del Azúcar

El azúcar, una de las principales materias primas utilizadas por la Empresa, puede adquirirse de productores mexicanos o a través de compras en el mercado internacional. El azúcar morena importada está actualmente sujeta a derechos de importación, cuyo monto es fijado por el gobierno en forma mensual. Si bien el Tratado de Libre Comercio entre México, Canadá y Estados Unidos ("TLC") habrá de afectar los derechos de importación aplicados al azúcar comprada a proveedores de los Estados Unidos y Canadá, la Administración no considera que ello resulte en una modificación del costo del azúcar importada para la Empresa, dado que las compras de azúcar de México a estos países se mantendrán en un nivel bajo debido a los mayores precios que se cobran en comparación a otros países productores de azúcar. Los aumentos del precio del azúcar, incluyendo los incrementos que pueden ocurrir en razón de un cambio en los derechos de importación o en las restricciones a la importación de azúcar morena, aumentarán el costo de ventas de la Empresa y tendrán un efecto adverso sobre la utilidad neta en la medida en que la Empresa no pueda trasladar al consumidor la totalidad de dichos aumentos. No existe seguridad de que no se impongan restricciones a la importación de azúcar ni de que el monto de los derechos de importación mantenga sus niveles históricos. Ver *"Descripción del Negocio—Mercado Mexicano de Refrescos—Regulación Gubernamental"* y *"Descripción del Negocio—Materia Prima"*.

Control e Influencia de The Coca-Cola Company y FEMSA

Como efecto acumulado de las relaciones de la Empresa con The Coca-Cola Company y FEMSA, cada una de estas empresas tiene una importante influencia sobre la administración de los negocios de la Empresa y, conjuntamente, la posibilidad de controlarla.

Los Contratos de Embotellador (tal como se define en el presente) con The Coca-Cola Company cubren todos los territorios actuales de la Empresa. De conformidad con dichos contratos, The Coca-Cola Company puede fijar unilateralmente el precio del concentrado. Los Contratos requieren a la Empresa que anualmente presente a The Coca-Cola Company, para su aprobación, sus planes de comercialización, administración y publicidad. The Coca-Cola Company puede exigir a la Empresa que demuestre su capacidad financiera para cumplir sus planes y puede también cancelar los derechos de la Empresa a producir, comercializar y distribuir refrescos en los territorios con respecto a los cuales se niegue tal aprobación. La Empresa no puede producir ni comercializar bebidas de cola que no sean las de The Coca-Cola Company, y tampoco puede embotellar ningún refresco, salvo con autorización o consentimiento de The Coca-Cola Company. The Coca-Cola

Company tiene el derecho exclusivo de importar de México y exportar a México Marcas de Coca-Cola (según se define más adelante). Adicionalmente, la Empresa no puede transferir el control de sus derechos de embotellado para un territorio sin el consentimiento de The Coca-Cola Company. En caso de ocurrir una situación de incumplimiento conforme a los Contratos de Embotellador, The Coca-Cola Company puede cancelar los derechos de embotellado de la Empresa. Los Contratos de Embotellador prevén un plazo de vigencia de diez años, a partir de Junio 21 de 1993 renovable automáticamente por plazos adicionales de diez años y sujeto a su no renovación por cualquiera de las partes, mediante notificación a la contraparte. Los Contratos de Embotellador, y por ende el derecho de la Empresa a distribuir Marcas de Coca-Cola, están sujetos a rescisión por parte de The Coca-Cola Company en caso de incumplimiento por parte de Coca-Cola FEMSA o al vencimiento de su plazo de vigencia. Ver *"Descripción del Negocio—Contratos de Embotellador"*.

Adicionalmente a los Contratos de Embotellador, The Coca-Cola Company tiene otras relaciones significativas con la empresa Inmex, subsidiaria indirecta de The Coca-Cola Company, que es propietaria de un 30% del capital social de la Empresa, está facultada para designar a cuatro de los dieciséis integrantes del Consejo de Administración de la Empresa y a algunos de sus directores y, salvo circunstancias limitadas, tiene facultades para vetar la mayor parte de las decisiones del Consejo de Administración. Sin embargo, de conformidad con los estatutos de la Empresa y con el Contrato de Asociación, una acción negativa por parte de The Coca-Cola Company de conformidad con cualquiera de los Contratos de Embotellador puede resultar en una suspensión de algunos de sus derechos de veto. Ver *"Accionistas Principales y Vendedores—Contrato de Asociación"*.

Un porcentaje significativo del material de envasado de la Empresa es comprado a una subsidiaria de FEMSA. Adicionalmente, una subsidiaria de FEMSA presta a la Empresa ciertos servicios administrativos de conformidad con un contrato de servicios. Ver *"Descripción del Negocio—Transacciones con Terceros Relacionados con la Empresa"*. Con posterioridad a la Oferta Global, FEMSA será propietaria del 51% del capital social actual de la Empresa, que representa un 63% de los derechos de voto en la Empresa. FEMSA designará a once miembros del Consejo de Administración de la Empresa y a algunos de sus directores.

En consecuencia, FEMSA e Inmex en forma conjunta o FEMSA por sí sola en ciertas circunstancias limitadas, tendrán un poder que les permitirá determinar el resultado de cualquier resolución que requiera aprobación por parte del Consejo de Administración, y FEMSA e Inmex en forma conjunta podrán, con excepción de ciertas situaciones limitadas, determinar el resultado de todas las resoluciones que requieran aprobación de los Accionistas. Ver *"Accionistas Principales y Vendedores"* y *"Descripción del Capital Social—Restricciones a las Transferencias"*.

Derechos de Voto Limitados de las Acciones Serie L

Según lo disponen los Estatutos Sociales de la Empresa, los titulares de Acciones Serie L solamente tienen derecho a voto en circunstancias limitadas. Pueden elegir a uno de los dieciséis consejeros de la Empresa. Adicionalmente, las resoluciones que se adopten sobre los asuntos que se indican a continuación requieren un quórum del 82% del capital social de la Empresa y el voto de al menos una mayoría del capital social de la Empresa con derecho a voto (sin abstenciones): (i) transformación de Coca-Cola FEMSA de un tipo de sociedad a otro (que no sea un cambio de sociedad de capital variable a sociedad de capital fijo y viceversa), (ii) cualquier fusión en la que Coca-Cola FEMSA no sea la sociedad que persista o cualquier fusión con una entidad cuyos principales objetos sociales sean diferentes a los de la Empresa o sus subsidiarias y (iii) la cancelación del registro de las acciones de la Empresa ante el Registro Nacional de Valores e Intermediarios de México o ante cualquier bolsa de valores extranjera en la que éstas se coticen. Por su parte, se requerirá el voto afirmativo del 95% del capital social de la Empresa en caso de que se desee modificar las disposiciones de los estatutos de la Empresa que requieren que los accionistas controladores de la Empresa, en caso de cancelación del registro de cualquiera de las acciones de la Empresa del antes mencionado Registro Nacional y a solicitud de la Empresa o mediante resolución de la Comisión Nacional de Valores, hagan una oferta pública para la adquisición de dichas acciones. Con excepción de lo que se acaba de describir y en otras

circunstancias limitadas, los titulares de Acciones Serie L no tienen derecho a voto. Los titulares de Acciones Serie L no tienen derecho a participar ni a dirigirse a las asambleas de Accionistas en las que no tengan derecho a voto. Ver *"Descripción del Capital Social—Derechos de Voto"*.

Dilución de la Suscripción de Acciones en Tesorería

Inmediatamente después de la Oferta Global, la Empresa mantendrá en tesorería 90,250,000 Acciones Serie B y 68,000,000 Acciones Serie L que habían sido previamente autorizadas y emitidas pero no habían sido suscritas y con respecto a las cuales se había renunciado a todo derecho de prioridad. La Empresa ha acordado con los Colocadores en que estas acciones, que podrán suscribirse mediante autorización del Consejo de Administración, no podrán ser vendidas durante un período de 90 días a partir de la fecha del presente Prospecto. En caso de suscribirse con anterioridad a dicho período, dichas acciones reducirían proporcionalmente la participación de los Accionistas actuales en los dividendos y en otras distribuciones de utilidades así como en ciertos derechos de voto expresados como porcentaje de la totalidad del capital social de la Empresa. Adicionalmente, según la proporción en que se suscriban dichas Acciones Serie B o Serie L que se encuentren en tesorería, las mismas podrían aumentar o reducir la parte del capital social de la Empresa representada por Acciones de la Serie L o reducir los derechos de voto de las Acciones Serie L actuales expresados como porcentaje de todas las Acciones Serie L. Ver *"Descripción del Capital Social"*.

Dilución por la Emisión y Suscripción de Acciones Adicionales

Mediante resolución de una asamblea general de accionistas en la que los tenedores de Acciones Serie L no tendrán normalmente derecho a voto, se podrían autorizar, emitir y suscribir acciones adicionales del capital social de la Empresa, incluyendo Acciones Serie L. Ver *"Descripción del Capital Social—Derechos de Voto"* y *"—Otras Disposiciones—Variaciones del Capital"*. Si un tenedor de Acciones Serie L no pudiera o no estuviera dispuesto a ejercitar sus derechos de preferencia correspondientes a dicho aumento del capital, la participación de dicho tenedor en los dividendos y demás distribuciones de utilidades y derechos de voto expresados como porcentaje de la totalidad del capital social de la Empresa se reducirá proporcionalmente. Adicionalmente, según la serie que se haya incrementado y la forma en que dichos derechos de preferencia pudieran ejercitarse, dicho aumento de capital podría aumentar o reducir la porción del capital social de la Empresa representada por Acciones Serie L o aumentar o reducir los derechos de voto de los tenedores de dichas acciones que se expresan como porcentaje de la totalidad de las Acciones Serie L. Ver *"Descripción del Capital Social"*.

LA EMPRESA

La Empresa opera en el ramo de la producción, comercialización y distribución de refrescos en dos territorios, el territorio del Valle de México, que incluye de la Ciudad de México y una parte sustancial del Estado de México, y el territorio del Sureste, que cubre el estado de Tabasco y partes contiguas de los estados de Oaxaca, Chiapas y la parte sureña del estado de Veracruz. La población total del territorio del Valle de México es de aproximadamente 16 millones de habitantes y la población total del territorio del Sureste es de aproximadamente 8 millones de habitantes. Los dos territorios de la Empresa tienen características diferentes. El Valle de México se caracteriza por su alta densidad de población, un número relativamente mayor de marcas y competidores menores, y un mayor ingreso per cápita. El territorio del Sureste, por su parte, se caracteriza por cubrir una región grande y montañosa, con una menor densidad de población, menor ingreso per cápita, menor consumo per cápita de refrescos, un número relativamente menor de competidores y un mayor precio al consumidor cobrado por los detallistas a quienes la Empresa vende sus productos.

Coca-Cola FEMSA produce, comercializa y distribuye Coca-Cola, diet Coke, Sprite, diet Sprite y Fanta (las "Marcas de Coca-Cola") en virtud de dos Contratos de Embotellador y dos convenios complementarios suscritos con The Coca-Cola Company que otorgan a Coca-Cola FEMSA (sujeto a ciertas exclusiones

limitativas) el derecho exclusivo de producir y vender los productos bajo licencia y de utilizar en los territorios las marcas y los nombres registrados. Ver *"Descripción del Negocio—Contratos de Embotellador"*. La Empresa también vende Extra Poma, refresco con sabor a manzana, y Etiqueta Azul, un agua mineral, de conformidad con diversos contratos de licencia y distribución suscritos con Cadbury Schweppes PLC. Así mismo, la Empresa produce y distribuye Sin Rival, marca propiedad de la Empresa, que se elabora en diversos sabores de frutas y que solamente se vende en el territorio del Sureste. La marca más importante de la Empresa es Coca-Cola, que en 1992 representó un 84.8% del volumen de ventas. Actualmente, la segunda marca en términos de volumen anual de ventas en cajas unidad es Sprite, a pesar de que durante los últimos años los volúmenes de ventas han seguido una tendencia decreciente. En 1992, Sprite representó un 4.1% del volumen de ventas de cajas unidad de la Empresa.

La principal competencia de los productos de la Empresa son los productos de Pepsi Co. Inc. ("PepsiCo"). La participación de la Empresa en 1992 en las ventas totales de refrescos en comparación con PepsiCo, fue 52.5% en el Valle de México y 70.4% en el Sureste. En 1992, Coca-Cola FEMSA vendió 160.4 millones de cajas unidad de refrescos en el Valle de México y 61.3 millones de cajas unidad de refrescos en el Sureste, lo que representa respectivamente un 36.5% y un 60.7% de las ventas totales de refrescos en estos territorios. El principal componente de las ventas de refrescos en México son las bebidas de cola, que en 1992 representaron aproximadamente un 60.6% y un 65.0% de las ventas totales de refrescos en el Valle de México y en el territorio del Sureste, respectivamente, en comparación con las cifras del 58.5% y 60.4% registradas respectivamente en 1991. Aparte del nivel de precios, la competitividad de la Empresa depende en gran parte de un sistema de distribución eficiente, una política de comercialización agresiva y, más recientemente, de la introducción de nuevas presentaciones y promociones entre los consumidores.

Las instalaciones de producción de la Empresa incluyen ocho plantas de embotellado en el Valle de México con una capacidad instalada total de 186.9 millones de cajas unidad por año y cinco plantas de embotellado en el Sureste con una capacidad instalada total de 76.1 millones de cajas unidad por año. La Empresa se encuentra en proceso de reequipar una planta de embotellado en el Valle de México y tiene programada la construcción de una nueva planta de embotellado de grandes dimensiones en el Valle de México para la producción de las nuevas presentaciones. Estas instalaciones contarán con líneas de embotellado más eficientes, capaces de producir diferentes presentaciones, y mejorarán la capacidad de la Empresa para cubrir la demanda de nuevas presentaciones por parte de los consumidores.

La Empresa tiene 18 grandes centros de distribución, 12 minidepósitos de almacenamiento y 8 estaciones de llenado en el Valle de México, así como 24 grandes centros de distribución y 17 minidepósitos de almacenamiento en el territorio del Sureste y aproximadamente 1,810 camiones. La red de distribución de la Empresa cubre aproximadamente 75,000 detallistas en el territorio del Valle de México y aproximadamente 71,000 detallistas en el territorio del Sureste.

La Empresa promociona sus productos por medio de campañas de publicidad, promociones entre los consumidores y programas de incentivos entre los detallistas que no afectan a los precios. En 1992, los gastos totales de comercialización de la Empresa ascendieron a NPs62.2 millones. De conformidad con un contrato de cooperación para la comercialización, The Coca-Cola Company, a través de su filial mexicana, incurrió en gastos por un importe similar en los territorios de la Empresa. Ver *"Descripción del Negocio—Comercialización"*.

La presentación más popular de los refrescos es la botella de vidrio retornable de 12 onzas (355 ml), a la que correspondió un 43.6% de las ventas totales de refrescos de la Empresa en 1992. Sin embargo, el reciente crecimiento de las ventas de refrescos ha sido lidereado por el crecimiento de las nuevas presentaciones retornables de mayor tamaño, incluyendo la botella retornable grande (1.5 litros) de tereftalato de polietileno ("PET"). A las ventas de bebidas en las nuevas presentaciones, tales como la botella de vidrio retornable de 1.25 litros, la botella de vidrio retornable de 0.5 litros y la botella retornable de PET de 1.5 litros, que se introdujeron en el mercado en el último trimestre de 1991, correspondió un 17.9% del total de ventas de 1992 y un 29.8% del total de las ventas registradas durante el primer semestre de 1993.

Coca-Cola FEMSA es una sociedad constituida conforme a las leyes mexicanas. Su oficina ejecutiva principal está situada en Paseo de la Reforma 404, Piso 5, México D.F., 06600 México. El número telefónico de la Empresa es el (52-5) 533-5302.

INFORMACION DE MERCADO

Con anterioridad a la Oferta Global no ha existido un mercado público para las ADS ni para las Acciones Serie L. Las ADS han sido aprobadas para cotizar en el New York Stock Exchange ("NYSE"), sujetas al aviso del emisor. Se ha presentado también una solicitud para que las Acciones Serie L se coticen en la Bolsa Mexicana de Valores, S.A. de C.V. Actualmente la Empresa no tiene la intención de solicitar que las Acciones Serie A, B o D se coticen en ninguna Bolsa de Valores.

La clave de pizarra propuesta para la negociación de las ADS en el NYSE y para la negociación de las Acciones Serie L en la Bolsa Mexicana de Valores, S.A. de C.V. es KOF.

POLITICA DE DIVIDENDOS

En enero de 1992, la Empresa pagó dividendos por NPs31.783 millones (NPs0.121 por acción) y no ha pagado ningún otro dividendo desde su creación en 1991. Con anterioridad a la suscripción de un 30% del capital social de la Empresa por parte de Inmex, Coca-Cola FEMSA era administrada como división de FEMSA y la política de dividendos de la Empresa era dictada por las políticas y requisitos de la totalidad de FEMSA. En consecuencia, los pagos de dividendos históricos de la Empresa no indican necesariamente como hubieran sido dichos pagos de dividendos si la Empresa hubiera operado como entidad independiente durante dichos períodos y tampoco indican necesariamente los futuros dividendos de la Empresa.

De conformidad con los Estatutos actuales de la Empresa y de cada una de sus subsidiarias, cada uno de ellos aprobados con fecha 21 de junio de 1993, y en cumplimiento de la legislación mexicana, las utilidades brutas de la Empresa y de cada una de sus subsidiarias, una vez deducidos los pagos de impuesto sobre la renta y los pagos correspondientes a los acuerdos de participación de los trabajadores en las utilidades ("utilidad neta"), se aplican como se establece a continuación:

- En primer lugar, un importe equivalente al 5% de la utilidad neta de la Empresa y de cada una de sus subsidiarias se destina a conformar una reserva legal, hasta que el saldo de dicha reserva sea igual a un 20% del capital social de la Empresa o de dicha subsidiaria, según sea aplicable.
- En segundo lugar, los accionistas (que no sean tenedores de Acciones Serie L) pueden determinar y aplicar un cierto porcentaje de la utilidad neta a cualquier reserva especial, incluyendo una reserva para la compra de Acciones de la Empresa en el mercado abierto.
- En tercer lugar, el saldo de la utilidad neta queda disponible y puede distribuirse en calidad de dividendos.

El decreto, importe y pago de dividendos deben ser aprobados por los tenedores de todas las Acciones de todas las series del capital de la Empresa votando como una única serie, con exclusión de las Acciones Serie L según lo recomiende el Consejo de Administración, lo que dependerá de los resultados de operación, la situación financiera y los requisitos de capital de Coca-Cola FEMSA, así como de la situación general de las empresas. El Contrato de Asociación establece que las partes, en calidad de Accionistas principales de la Empresa, convienen en que uno de los objetivos de la Empresa consiste en pagar dividendos anuales que asciendan por lo menos al 20% de la utilidad neta consolidada del ejercicio anterior, considerando debidamente las necesidades de reinversión destinadas a respaldar el crecimiento y el desarrollo del mercado.

Todas las Acciones de cada una de las series de Acciones que integran el capital social de la Empresa tendrán el derecho de recibir los mismos dividendos. En la medida en que la Empresa decrete y pague

dividendos sobre cualquiera de las series de Acciones de su capital social, los propietarios de ADS a la fecha de registro pertinente tendrán igualmente el derecho de recibir los dividendos por pagar con respecto a las Acciones Serie L que representan a las ADS con sujeción al cumplimiento de los términos del Contrato de Depósito. El Depositario recibirá el pago de los dividendos en efectivo en Nuevos Pesos y, salvo que se indique lo contrario, los convertirá a Dólares y los pagará a los propietarios de ADS neto de los gastos inherentes a la conversión de la moneda y de los cargos por servicios. Los dividendos pagados a los propietarios de ADS que no residan en México no están actualmente sujetos a impuestos de retención ni a ningún otro impuesto aplicado por México, con excepción de lo que se indica en el presente. Ver *"Impuestos—Impuestos sobre los Dividendos"*.

DILUCION

Al 30 de junio de 1993, según los PCGA Mexicanos, la empresa tenía un valor contable neto de NPs21.13 por ADS o $6.78 por ADS, una vez efectuado el ajuste necesario para reflejar la capitalización por parte de FEMSA de los saldos intercompañía y la suscripción de Acciones Serie D por parte de Inmex. El valor contable neto por ADS se determina dividiendo el activo tangible menos el pasivo entre el número total de Acciones Serie L en circulación y ajustando el resultado a razón de diez Acciones Serie L por ADS. El valor contable neto por ADS de la Empresa no se verá afectado por la Oferta Global. Bajo el supuesto de un precio inicial de oferta al público de $18.00 por ADS, la dilución inmediata para los compradores de ADS en la Oferta Global será de $11.22 por ADS. A efectos del presente, dilución representa la diferencia entre la cotización por ADS pagada por los compradores en la Oferta Global y el valor contable neto por ADS al 30 de junio de 1993.

PASIVO Y CAPITAL

Con anterioridad a la suscripción del 30% del capital social de la Empresa por parte de Inmex, Coca-Cola FEMSA era administrada como división de FEMSA. La estructura de capital de la Empresa era dictada por las políticas y requisitos de la totalidad de FEMSA. En consecuencia, el capital y pasivo históricos de la Empresa no indican necesariamente cuál hubiera sido su estructura de capital si la Empresa hubiera operado como entidad independiente durante dichos períodos y tampoco indican necesariamente la futura estructura de su capital.

La tabla que se incluye a continuación indica el pasivo y capital consolidados de la Empresa y sus subsidiarias al 30 de junio de 1993 sobre la base de los PCGA Mexicanos. Ver en *"Descripción del Negocio—Antecedentes de la Empresa"* una descripción de ciertas transacciones que afectaron el pasivo y el capital de la Empresa anteriores a junio 30 de 1993.

	Al 30 de junio de 1993 (millones de Nuevos Pesos)
Pasivo a corto plazo	13.4
Pasivo y capital:	
Pasivo a largo plazo	0.0
Capital contable:	
Capital Social	536.1
Prima en venta de acciones	465.8
Utilidades retenidas	120.1
Utilidad neta del período	45.6
Resultado acumulado por la tenencia de activos no monetarios	(11.5)
Capital contable total	NPs1,043.1

INFORMACION FINANCIERA SELECCIONADA

La tabla que se incluye a continuación presenta información financiera seleccionada de la Empresa y sus subsidiarias correspondiente a cada uno de los períodos indicados. La presente información deberá ser leída conjuntamente con los Estados Financieros de Coca-Cola FEMSA, incluyendo las Notas adjuntas a los mismos, que se encuentran en otros capítulos del presente Prospecto, y se basa en su totalidad en dichos Estados y Notas. Los Estados Financieros de Coca-Cola FEMSA se prepararon de conformidad con los PCGA Mexicanos, que difieren en algunos aspectos de los GAAP Estadounidenses.

Los Estados Financieros de Coca-Cola FEMSA se prepararon tomando en cuenta la Tercera Adecuación del Boletín B-10 y el Boletín B-12 emitidos por el Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C., ambos en vigencia a partir de 1990. En términos generales, el Boletín B-10 establece el reconocimiento de ciertos efectos de la inflación, al requerir que Coca-Cola FEMSA actualice sus activos no monetarios a fin de reflejar su costo actual de reposición, que actualice sus pasivos no monetarios utilizando el Indice Nacional de Precios al Consumidor ("INPC") de México, que actualice los componentes del capital contable utilizando el INPC y que registre las pérdidas o ganancias de poder adquisitivo derivadas de la tenencia de pasivos o activos monetarios. La Tercera Adecuación del Boletín B-10 requiere que se presenten todos los estados financieros a Pesos constantes a la fecha del último balance general presentado. El Boletín B-12 requiere que en el estado de cambios en la situación financiera se concilien los cambios del balance general histórico ajustado por inflación con respecto al balance general actual. En consecuencia, todos los datos de los estados financieros y la información financiera seleccionada que se deriva de los mismos y que se transcribe a continuación han sido convertidos a Nuevos Pesos constantes al 30 de junio de 1993.

Los Estados Financieros de la Empresa se presentan en forma consolidada al 31 de diciembre de 1991 y 1992 en el Estado de Situación Financiera y para el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 1992 en el Estado de Resultados, y en forma combinada al 31 de diciembre de 1988 y hasta 1990 en el Estado de Situación Financiera y para los resultados de los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 1988 hasta 1991.

	Semestre terminado el 30 de junio de		Ejercicio Terminado el 31 de diciembre de				
	1993	1992	1992	1991(1)	1990(1)	1989(1)	1988(1)
	(Millones de Nuevos Pesos Constantes) (3)						
Datos del Estado de Resultados:							
PCGA Mexicanos:							
Ingreso Total	NPs881.6	NPs767.6	NPs1,601.1	NPs1,468.1	NPs1,203.5	NPs1,042.7	NPs963.3
Costo de ventas	403.9	378.3	775.1	736.0	667.1	590.3	539.8
Utilidad bruta	477.6	389.3	825.9	732.1	536.4	452.4	423.5
Gastos de operación	355.7	292.7	619.4	530.2	445.7	398.2	398.1
Utilidad de operación	122.0	96.7	206.5	201.9	90.6	54.2	25.4
Utilidad neta antes de partidas extraordinarias	43.8	36.2	111.5	138.2	68.9	32.7	15.2
Partidas extraordinarias	1.8	1.7	(3.7)	14.1	40.3	24.7	5.8
Utilidad neta	45.6	37.9	107.8	152.3	109.2	57.4	21.0
Utilidad neta por acción(4)	0.17	0.14	0.33	0.63	0.45	0.24	0.09
Utilidad neta por ADS(5)	1.73	1.39	3.32	6.31	4.52	2.38	0.86
GAAP Estadounidenses:							
Ingreso total	NPs881.6	NPs767.6	NPs1,601.1	NPs1,468.1	NPs1,203.5	NPs1,042.7	NPs963.3
Utilidad de operación	130.8	95.5	188.8	198.7	87.5	49.9	20.6
Partidas extraordinarias	—	—	—	—	—	—	—
Utilidad Neta	55.7	35.7	101.0	188.6	69.3	38.0	(33.5)
Utilidad neta por acción(4)	0.21	0.13	0.31	0.78	0.29	0.16	(0.14)
Utilidad neta por ADS(5)	2.11	1.31	3.11	7.80	2.87	1.57	(1.39)

	Semestre terminado el 30 de junio de		Ejercicio Terminado el 31 de diciembre de				
	1993	1992	1992	1991	1990(2)	1989(2)	1988(2)
	(Millones de Nuevos Pesos constantes) (3)						
Datos del Balance General:							
PCGA Mexicanos:							
Activo total	NPs1,190.4	NPs1,092.3	NPs1,134.6	NPs991.9	NPs858.9	NPs768.6	NPs779.0
Pasivo a largo plazo(6)	0	302.9	418.8	305.2	195.8	152.2	256.8
Capital contable total	1,049.1	303.8	211.8	297.0	603.5	600.3	556.9
GAAP Estadounidenses:							
Activo total	1,183.9	1,092.3	1,119.4	991.9	858.9	768.6	779.0
Pasivo a largo plazo(6)	0	302.9	418.8	305.2	195.8	152.2	256.8
Capital contable total	911.9	160.8	63.6	156.6	425.8	471.6	449.7
Información Adicional sobre Operaciones:							
Volumen de ventas (en cajas unidad)	115.9	104.9	221.7	209.0	189.3	181.6	151.7
Inversiones	NPs 93.0	NPs 105.9	NPs 166.0	NPs216.7	NPs 72.5	NPs 52.3	NPs 14.4
Margen bruto (% sobre ventas netas)	54.6	51.0	51.9	50.0	44.9	43.6	44.6
Margen de operación (% sobre ingreso total)	13.8	12.6	12.9	13.8	7.5	5.2	2.6

(1) Las cifras incluidas en los Estados de Resultados de 1988, 1989, 1990 y 1991 se informan en forma combinada.

(2) La información del balance de los ejercicios 1988, 1989 y 1990 se registra en forma combinada.

(3) Con excepción de los datos por Acción, el volumen de ventas, el margen bruto y el margen de operación.

(4) Las utilidades por acción se basan en el promedio ponderado del número de Acciones en circulación durante cada período, con excepción de los ejercicios de 1988 a 1990, para los que se calcularon utilizando el promedio ponderado del número de acciones en circulación durante 1991.

(5) Calculada sobre una base de diez Acciones Serie L por ADS.

(6) Ver en *"Descripción del Negocio—Antecedentes de la Empresa"*, un análisis de ciertas transacciones que eliminaron el pasivo a largo plazo de la Empresa en el ejercicio 1993.

ANALISIS DE LA ADMINISTRACION SOBRE LA SITUACION FINANCIERA Y LOS RESULTADOS DE OPERACION

El informe que se incluye a continuación deberá ser leído conjuntamente con los Estados Financieros y las Notas a los mismos que se incluyen en otros capítulos del presente Prospecto. Los Estados Financieros han sido preparados de conformidad con los PCGA Mexicanos, que difieren en aspectos significativos de los GAAP Estadounidenses.

Coca-Cola FEMSA es una empresa mexicana que lleva sus registros financieros en Nuevos Pesos. El Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C. ha emitido una tercera adecuación a su Boletín B-10, "Reconocimiento de los Efectos de la Inflación sobre la Información Financiera", y a su Boletín B-12, "Estado de Cambios en la Situación Financiera" ("Adecuaciones"). Las disposiciones de las Adecuaciones han entrado en vigencia a partir del 1° de enero de 1990. Conforme a lo dispuesto en las Adecuaciones, los Estados Financieros de la Empresa se registran en Nuevos Pesos a su valor al cierre del período con el fin de ajustar las cifras en función de los efectos de la inflación registrada entre los períodos. La presentación de la información financiera en unidades monetarias a su valor del cierre del período o constante tiene por objeto eliminar el efecto distorsionante de la inflación sobre los estados financieros y permitir una comparación entre períodos comparables en unidades monetarias comparables. Como resultado de estos ajustes, las tasas de crecimiento entre los períodos se establecen en términos reales, eliminando el efecto de crecimiento de la inflación. Salvo indicación en contrario, los datos financieros de todos los períodos cubiertos por los Estados Financieros y todos los que se incluyen en el presente Prospecto se han convertido a Nuevos Pesos constantes al 30 de junio de 1993. Las referencias a importes "reales" se refieren a cifras ajustadas por inflación y los importes "nominales" se refieren a cifras sin ajustar. Salvo especificación en contrario, todas las tasas de crecimiento que se incluyen en el presente análisis se han expresado en términos reales.

En el análisis que se incluye a continuación también se hacen ciertas referencias a cambios en los precios nominales. Los precios nominales se refieren al precio real fijado para los productos en un momento en particular y, por tanto, los precios nominales no han sido ajustados por inflación. Los aumentos de los precios reales, que eliminan los efectos de la inflación, son inferiores a los aumentos de los precios nominales.

Con anterioridad a la venta del 30% del capital social de la Empresa a Inmex, subsidiaria indirecta de The Coca-Cola Company, Coca-Cola FEMSA era administrada como división de FEMSA y la estructura de capital de la Empresa era dictada por las políticas y requisitos de la totalidad de FEMSA. En consecuencia, la estructura histórica del capital de la Empresa y los costos de financiamiento resultantes no reflejan necesariamente los resultados que se hubieran logrado si Coca-Cola FEMSA hubiera sido administrada como empresa independiente y los resultados financieros históricos pueden no indicar el desempeño futuro de la Empresa.

Resultados de Operación

La tabla que se incluye a continuación establece el estado de resultados de Coca-Cola FEMSA para cada uno de los ejercicios del período de tres años terminado el 31 de diciembre de 1992 y para los semestres terminados el 30 de junio de 1992 y 1993:

	Semestre Terminado el 30 de junio		Ejercicio Terminado el 31 de diciembre de		
	1993	1992	1992	1991(1)	1990(1)
	(Millones de Nuevos Pesos constantes)				
Ingresos:					
Ventas netas	NPs.875.3	NPs.763.8	NPs.1,591.5	NPs.1,463.6	NPs.1,193.5
Otros ingresos de operación	6.3	3.8	9.6	4.5	9.9
Ingreso total	881.6	767.6	1,601.1	1,468.1	1,203.5
Costo de ventas	403.9	378.3	775.1	736.0	667.1
Utilidad bruta	477.6	389.3	825.9	732.1	536.4
Gastos de operación:					
Ventas	277.5	219.8	463.0	405.2	344.8
Administración	78.2	72.9	156.4	125.0	100.9
Total gastos de operación	355.7	292.7	619.4	530.2	445.7
Utilidad de operación	122.0	96.7	206.5	201.9	90.6
Costo integral de financiamiento:					
Intereses	103.6	113.8	202.8	118.0	48.7
Pérdida (ganancia) cambiaria	(1.1)	16.1	15.3	2.1	(0.2)
Ganancia por posición monetaria	(70.1)	(98.5)	(179.3)	(113.0)	(57.7)
Costo integral de financiamiento	32.4	31.4	38.9	7.1	(9.2)
Otros gastos (ingresos) netos	(4.4)	4.9	8.9	41.5	22.5
Utilidades (pérdidas) antes de impuestos y participación de trabajadores en las utilidades	85.1	70.2	176.5	236.3	122.2
Impuesto sobre la renta	33.3	28.8	55.3	80.3	48.5
Participación de trabajadores en las utilidades	8.0	5.1	9.8	17.8	4.8
Utilidad (pérdida) antes de partidas extraordinarias y provisión de plan de pensiones de empleados	43.8	36.2	111.5	138.2	68.9
Provisión plan de pensiones de empleados			(11.9)		
Partidas extraordinarias	1.8	1.7	8.3	14.1	40.3
Utilidad (pérdida) neta	45.6	37.9	107.8	152.3	109.2
Utilidad bruta como porcentaje de las ventas netas	54.6%	51.0%	51.9%	50.0%	44.9%
Como porcentaje del ingreso total:					
Utilidad de operación	13.8%	12.6%	12.9%	13.8%	7.5%
Utilidad antes de impuestos	9.7%	9.1%	11.0%	16.1%	10.2%
Utilidad neta	5.2%	5.0%	6.7%	10.4%	9.1%

(1) Los resultados correspondientes a 1990 y 1991 se presentan en forma global.

Resultados de Operación correspondientes al semestre terminado el 30 de junio de 1993 en comparación al semestre terminado el 30 de junio de 1992

A lo largo del ejercicio se producen aumentos de ciertos costos de materias primas (que no incluyen el concentrado para la elaboración de refrescos) y de los gastos de ventas y administración. Durante los últimos años, los aumentos de precio de los productos de la Empresa se han empezado a aplicar generalmente durante el último trimestre del año. Históricamente, las diferencias entre los momentos en que se aplican los aumentos de precio de las materias primas y el aumento de precio de los productos de la Empresa han hecho que el margen de utilidad de Coca-Cola FEMSA durante el primer semestre del año sea superior al del segundo semestre del mismo ejercicio. Adicionalmente, las ventas de refrescos son cíclicas, con volúmenes de venta ligeramente mayores en los meses de primavera y verano y, en el caso del Valle de México, en el mes de diciembre. Por estos motivos, entre otros, los resultados de operación de Coca-Cola FEMSA en períodos intermedios del ejercicio no son necesariamente indicativos de los resultados del total del ejercicio.

Total de Ingresos

El ingreso total aumentó un 14.8%, a NPs881.6 millones, durante el semestre terminado al 30 de junio de 1993, en comparación al nivel de NPs767.6 millones registrado en el semestre terminado al 30 de junio de 1992. Las ventas netas se incrementaron un 14.6%, habiendo alcanzado la cifra de NPs875.3 millones, en tanto otros ingresos de operación se incrementaron a NPs6.3 millones en el semestre terminado el 30 de junio de 1993, desde su nivel de NPs3.8 millones en el primer semestre de 1992.

El volumen de ventas aumentó un 10.5%, a 115.9 millones de cajas unidad, durante el primer semestre de 1993, a partir de un nivel de 104.9 millones de cajas unidad en el mismo período de 1992. El incremento del volumen fue particularmente significativo en el Valle de México, donde el volumen de ventas de cajas unidad de bebidas de cola aumentó un 13.8% y el volumen total de ventas de cajas unidad aumentó en un 12.5%, a 84.6 millones de cajas unidad durante el semestre terminado el 30 de junio de 1993. El incremento de los volúmenes resultó en un aumento de la participación en el mercado del Valle de México durante el semestre, a un 56.6% de las ventas de bebidas de cola y un 37.3% del mercado de refrescos, desde sus niveles respectivos del 51.7% y del 34.8% registrados un año antes. El aumento de la participación en las ventas también representa una recuperación con respecto a una reducción temporal de la participación en las ventas que se había registrado durante los primeros seis meses de 1992 debido a la introducción de nuevas presentaciones y a los esfuerzos promocionales agresivos de los competidores de la Empresa, así como a una demora en la entrada en funcionamiento de algunas nuevas líneas de embotellado de la Empresa. El volumen de ventas en el territorio del Sureste creció un 4.0% y un 5.4% respectivamente en las categorías de bebidas de cola y refrescos totales, alcanzando a 23.8 millones de cajas unidad de bebidas de cola y 31.3 millones de cajas unidad de refrescos durante el período de seis meses terminado el día 30 de junio de 1993. La participación de las ventas en el territorio del Sureste se incrementó al 71.8% en el segmento de las bebidas de cola desde su nivel del 70.7% en período similar de 1992 y, si bien la Empresa sufrió una ligera reducción en la participación de sus ventas de refrescos con sabor en el Sureste durante el primer semestre de 1993, la participación de las ventas totales de refrescos en el territorio del Sureste se incrementó de un 59.3% en el período terminado el 30 de junio de 1992 al 59.7% en el período terminado el 30 de junio de 1993.

El crecimiento de las ventas netas del 14.6% fue mayor que el incremento de los volúmenes, del 10.5%, debido al impacto favorable del aumento del precio nominal promedio del 16% que se registró en noviembre de 1992 en el Valle de México y al aumento del 17.4% que se aplicó en febrero de 1993 en el territorio del Sureste.

Costo de Ventas

Los componentes del costo de ventas incluyen materias primas (principalmente azúcar, concentrado de refrescos y agua), materiales de envasado, gastos por depreciación asignados a las instalaciones de producción de la Empresa, salarios y otros gastos laborales asociados a las fuerzas de producción, así como algunos gastos generales. Los precios del concentrado de las Bebidas Registradas de Coca-Cola se basan en un porcentaje del precio del refresco cobrado a los detallistas, neto de cualquier impuesto al valor agregado o impuesto similar pagadero por Coca-Cola FEMSA.

Durante el semestre terminado el 30 de junio de 1993 el costo de ventas aumentó un 6.8%, a NPs403.9 millones, desde su nivel de NPs378.3 millones registrado un año antes. Los factores más significativos que tuvieron un efecto sobre el aumento del costo de ventas fueron un aumento del 16.4% en los gastos de concentrado, a NPs142.8 millones o un 35.4% del costo de ventas, y un aumento del 29.7% en el costo de los productos enlatados, que representó un 5.1% del costo de ventas en el primer semestre de 1993 en comparación a su nivel del 4.2% en el mismo período de 1992. El gasto en azúcar, que representó un 26.4% del costo de ventas, aumentó un 5.1%, en reflejo de un mayor precio promedio del azúcar en el primer semestre de 1993. El aumento en el costo de los productos enlatados se debió principalmente al mayor volumen de ventas de dichas presentaciones y se compensó en parte a través de una reducción del 15.5% en los costos asociados a los envases no retornables, lo que refleja un cambio en la preferencia del consumidor

hacia la presentación en lata no retornable. Los gastos de distribución se redujeron en un 22.3% en el primer semestre de 1993, como reflejo de una mejora de la eficiencia luego de la ampliación de las plantas de embotellado de la Empresa en el territorio del Sureste, que tuvo lugar en 1992. Durante los primeros seis meses de 1992, la Empresa envió productos desde el Valle de México hacia el territorio del Sureste con el fin de cubrir la demanda durante las obras de ampliación de la capacidad. El margen bruto de utilidad de la Empresa aumentó al 54.6% de las ventas netas durante el semestre terminado el 30 de junio de 1993 desde su nivel del 51.0% en el mismo período del año anterior.

Gastos de Operación

Durante el período de seis meses terminado el 30 de junio de 1993, la Empresa incurrió en un total de gastos de operación de NPs355.7 millones, lo que representa un incremento del 21.5% sobre el total de gastos de operación de NPs292.7 millones registrado durante el mismo período del ejercicio anterior. Los gastos de ventas aumentaron un 26.3%, a NPs277.5 millones, en el primer semestre de 1993 y representaron un 31.7% de las ventas netas del período, que ascendieron a NPs219.8 millones, en comparación al 28.8% registrado durante el ejercicio anterior; por su parte, los gastos de Administración del primer semestre de 1993 se incrementaron en un 7.3%, a NPs78.2 millones (8.9% de los ingresos) desde un nivel de NPs72.9 millones (9.5% de los ingresos). Los gastos administrativos correspondientes al primer semestre de 1993 incluyeron NPs16.3 millones de gastos generales asignados a la Empresa por FEMSA, en comparación a los NPs17.7 asignados en el mismo período de 1992.

El aumento de los gastos de ventas se atribuye al incremento en el volumen de ventas, y en los costos de promoción de las nuevas presentaciones y al aumento de los costos laborales vinculados a la introducción de nuevas rutas de venta. Durante el primer semestre de 1993, la Empresa inauguró 31 nuevas rutas de venta en el Valle de México y 8 nuevas rutas de venta en el territorio del Sureste. Los gastos de administración se incrementaron como resultado del aumento de los salarios reales y del incremento del personal administrativo. Los salarios se incrementaron un 13% en términos nominales en mayo de 1992 y un 17% en febrero de 1993. Por cuanto la Empresa sigue registrando aumentos en el volumen de ventas, espera continuar ampliando su capacidad de distribución y producción. Ver *"—Liquidez y Recursos de Capital—Recursos de Capital"*. En caso de que se incorpore capacidad adicional para cubrir la demanda, la Empresa espera aumentar su personal de producción y distribución según sea necesario para el funcionamiento de tales ampliaciones. Sin embargo, ya que la Empresa incrementa su capacidad de producción a través de la introducción de nueva tecnología, la Administración no considera que el número de empleados de producción deba aumentar proporcionalmente a la capacidad de producción. Sin embargo, el personal y Gastos de Venta y Distribución pueden continuar incrementándose debido a la implementación de nuevas técnicas de ventas y mercadeo como el Sistema de Preventa. Bajo este programa las funciones de venta y distribución, que en el pasado eran realizadas por el chofer de la ruta al tiempo de la entrega, fueron divididas. La función de Ventas y Mercadeo se realiza anticipadamente a la entrega por un vendedor que toma la orden del detallista y provee asistencia en mercadeo en el punto de compra. Posteriormente, el chofer de la ruta entrega la orden al detallista. El objetivo de este programa es aumentar la imagen de los productos de la compañía a través del mercadeo e incrementar la eficiencia del proceso de distribución al reducir la incertidumbre de los productos que debe repartir la ruta. Los gastos de administración crecieron como resultado de incrementos reales en los salarios y en el número de personal administrativo. Los salarios aumentaron 13% en términos nominales en mayo de 1992 y 17% en febrero de 1993. Sin perjuicio del aumento de los gastos de operación, durante el primer semestre de 1993 la utilidad de operación de la Empresa aumentó a NPs122.0 millones, un 26.2% por encima de su nivel de NPs96.7 millones registrado durante el mismo período de 1992, y el margen de operación de la Empresa, expresado como porcentaje del ingreso total, aumentó al 13.8% durante el primer semestre de 1993, en comparación con un margen de operación del 12.6% en el mismo período de 1992.

Costo Integral de Financiamiento

La expresión "costo integral de financiamiento" se refiere a los efectos financieros combinados de (i) los gastos o ingresos netos por intereses, (ii) las pérdidas o ganancias netas cambiarias, y (iii) las pérdidas o

ganancias netas por la posición monetaria. Las pérdidas o ganancias netas de la moneda extranjera reflejan el impacto de las fluctuaciones del tipo de cambio sobre los activos o pasivos denominados en monedas que no sean el Nuevo Peso. Las pérdidas de moneda extranjera surgen en caso de que un pasivo esté denominado en una moneda extranjera que se valorice en relación al Nuevo Peso entre el momento en que se incurre en el pasivo y la fecha de su cancelación, en la medida en que la valorización de la moneda extranjera resulte en un aumento del importe en Nuevos Pesos que deberán cambiarse para cancelar el importe específico del pasivo en moneda extranjera. Las pérdidas o ganancias por la posición monetaria se refieren a las pérdidas o ganancias obtenidas de la tenencia de activos o pasivos monetarios netos y reflejan el impacto de la inflación sobre los activos y pasivos monetarios. Una ganancia por posición monetaria resulta de las tenencias de pasivos monetarios netos durante períodos de inflación en que el poder adquisitivo representado por los pasivos nominales en Nuevos Pesos se reducen con el transcurso del tiempo.

Antes de la recapitalización de la Empresa por parte de FEMSA y de la venta del 30% del capital social de la Empresa a Inmex, subsidiaria indirecta de The Coca-Cola Company, Coca-Cola FEMSA era administrada como una división de FEMSA. Ver "*Descripción del Negocio—Antecedentes de la Empresa*". Por consiguiente, la estructura del capital de la Empresa era dictada por las políticas y los requisitos que aplicaba FEMSA para toda su organización. En consecuencia, la estructura histórica de capital de la Empresa y los costos de financiamiento resultantes no reflejan necesariamente los resultados que se hubieran obtenido si Coca-Cola FEMSA hubiera sido administrada como empresa independiente, y los resultados financieros históricos pueden no ser indicativos de su desempeño en el futuro.

La recapitalización de la Empresa y la suscripción por parte de Inmex del capital social de la Empresa resultaron en la eliminación de pasivos de operación y de otro tipo adeudados a FEMSA. Los gastos financieros asociados a los pasivos no vinculados a las operaciones que formaban parte de la estructura de capital de la Empresa para acompañar la estrategia financiera general de FEMSA ya no habrán de tener efectos sobre el desempeño financiero de la Empresa. Al 30 de junio de 1993, la Empresa no registraba pasivos de largo plazo. Por tanto, los gastos financieros atribuibles a los pasivos de operación, que hasta el momento de la recapitalización habían sido de propiedad de FEMSA, también habrán de reducirse. La Administración considera que la situación financiera actual de Coca-Cola FEMSA permitiría a la Empresa accesar a tasas de financiamiento que son al menos tan favorables como las que FEMSA cobraba a la Empresa. Ver "*—Liquidez y Recursos de Capital*".

Durante el primer semestre de 1993 el costo integral de financiamiento aumentó un 3.4%, a NPs32.4 millones, desde su nivel de NPs31.4 millones en el mismo período de 1992. Los gastos por intereses correspondientes al período se redujeron en un 9.0%, a NPs103.6 millones, desde su nivel de NPs113.8 millones registrado un año antes, en reflejo de una reducción en las tasas de interés promedio y del menor nivel promedio de obligaciones pendientes del semestre terminado el 30 de junio de 1993 en comparación a las obligaciones que devengaban interés durante el mismo período del año anterior. El impacto positivo del menor gasto en intereses se vió reforzado por una ganancia cambiaria de NPs1.1 millones durante el semestre terminado el 30 de junio de 1993, en comparación a una pérdida cambiaria de NPs16.1 millones registrada un año antes. La ganancia cambiaria fue atribuible a la revaluación del Nuevo Peso con respecto al Dólar durante el primer semestre de 1993. Estas partidas se compensaron con una reducción del 28.9% en las ganancias por la posición monetaria, que alcanzaron a NPs70.1 millones durante el primer semestre de 1993 con respecto a su nivel de NPs98.5 millones un año antes. La reducción de las ganancias por la posición monetaria fueron el resultado de la reducción de la inflación en México que se registró durante el período de 1993 en comparación al mismo período de 1992. La inflación acumulada hasta el 30 de junio fue del 4.4% en 1993, en comparación a un nivel del 6.4% en 1992.

Utilidad Neta

Durante el primer semestre de 1993 la utilidad neta se incrementó en un 20.3%, a NPs45.6 millones en comparación con su nivel de NPs37.9 millones en el mismo período de 1992. El aumento de la utilidad neta refleja principalmente el aumento de la utilidad bruta y de la utilidad de operación que se analizó

anteriormente. Estas partidas fueron parcialmente compensadas por una reducción de NPs9.3 millones en otros ingresos, que habían aportado NPs4.9 millones a las utilidades antes de impuestos durante el primer semestre de 1992, en comparación a una reducción de NPs4.4 millones en la utilidad antes de impuestos del año 1993. La utilidad antes de impuestos aumentó un 21.3%, a NPs85.1 millones, durante el semestre terminado el 30 de junio de 1993, en comparación a los NPs70.2 millones registrados un año antes. Las provisiones para impuesto sobre la renta y participación de los trabajadores en las utilidades aumentaron un 21.7%, a NPs41.3 millones, en el primer semestre de 1993, en reflejo de una tasa fiscal promedio del 46.4% luego del ajuste realizado para aplicar la utilización de las pérdidas fiscales, en comparación a una tasa fiscal promedio del 45.9% durante el primer semestre de 1992. Como resultado de estos factores, el margen neto de la Empresa aumentó al 5.2% del ingreso total por los seis meses terminados el 30 de junio de 1993 desde su nivel del 4.9% registrado un año antes.

Resultados de Operación correspondientes al Ejercicio Terminado el 31 de diciembre de 1992 en Comparación al Ejercicio Terminado el 31 de diciembre de 1991

Total de Ingresos

Durante el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 1992, la Empresa registró ingresos por un total de NPs1,601.1 millones, lo que representa un aumento del 9.1% con respecto a la cifra de ingreso total de NPs1,468.1 millones registrada en 1991. El aumento de los ingresos se generó a partir de un aumento del 8.7% de las ventas netas, a NPs1.591.5 millones, y de un aumento de otros ingresos a NPs9.6 millones desde su nivel de NPs4.5 millones registrado en 1991. El aumento de las ventas netas se debió tanto a un aumento del precio como a un aumento del volumen de ventas.

Ventas Netas

El aumento del 24% del precio nominal y la reducción del impuesto al valor agregado de un 15 a un 10 por ciento en el mes de noviembre de 1991, que no se trasladó al precio al consumidor, resultaron en un aumento efectivo del 2.4% de los precios al mayoreo reales de la Empresa durante 1992. Los volúmenes de ventas aumentaron a 221.7 millones de cajas unidad en 1992, un aumento del 6.1% sobre los volúmenes de ventas de 1991, que habían ascendido a 209.0 millones de cajas unidad. El aumento del volumen fue particularmente considerable en el territorio del Sureste, donde el volumen de las ventas aumentó un 12.1% en 1992, a 61.3 millones de cajas unidad.

La participación de la Empresa en el total de las ventas de bebidas de cola en el Valle de México aumentó durante el segundo semestre del ejercicio, luego de haber sufrido una reducción hasta abril de 1992, debido a la demora en la introducción de las presentaciones de mayor tamaño, demora que a su vez se debió al hecho de que las nuevas instalaciones de producción no estaban aún en funcionamiento. Sin embargo, a partir del mes de mayo de 1992, la participación de la Empresa en las ventas de bebidas de cola aumentó en forma notoria y la Empresa terminó el año con un 54.0% de las ventas en el Valle de México en relación con PepsiCo, en comparación al 51.7% registrado en junio de 1992. El aumento de los volúmenes de ventas en 1992, un 4.0% en el territorio del Valle de México, aumentó la participación total de la Empresa en las ventas de refrescos en este territorio al 36.5% en 1992, en comparación con un porcentaje del 36.2% registrado en 1991. El aumento de volúmenes en el territorio del Sureste en 1992, excedió al crecimiento general de las ventas de refrescos en el territorio, en virtud de lo cual la Empresa aumentó su participación en las ventas de refrescos de un 59.5% en 1991 a un 60.7% en 1992. Por quinto año consecutivo, el territorio del Sureste registró el mayor aumento porcentual en volumen de ventas entre todos los territorios de embotelladores de Coca-Cola de México.

En 1992 se introdujeron un cierto número de nuevas presentaciones de Coca-Cola y dos nuevas presentaciones de Fanta. Estas nuevas presentaciones constituyeron un importante elemento que contribuyó al aumento del 6.1% en el volumen de ventas de 1992. En 1992 a las nuevas presentaciones correspondió un 14.8% del volumen de ventas en el territorio del Valle de México y un 26.0% del volumen de ventas del

territorio del Sureste. En 1992, la composición de las ventas se desplazó hacia las presentaciones retornables de PET y de vidrio de mayor tamaño, en tanto se redujo la participación de las presentaciones retornables de vidrio más pequeñas. Este cambio en la composición de las ventas resultó en una disminución de los precios de venta de las cajas unidad, en la medida en que las presentaciones de mayor tamaño se venden a los detallistas a precios más bajos en términos de precio por onza. La introducción de nuevas presentaciones ha resultado en un mayor volumen de ventas, lo que ha compensado ampliamente el impacto de los mayores costos de la materia prima y los menores precios por onza asociados a estas presentaciones. La Administración espera que el crecimiento de las ventas netas se mantendrá a niveles comparables a los registrados en los últimos 36 meses debido a la intención de la Empresa de continuar la introducción de nuevas presentaciones de mayor tamaño para expandir sus programas de preventa y comercialización y la red de distribución, y de implementar estrategias para aumentar el consumo per cápita en sus territorios.

Costo de Ventas

Durante 1992 el costo de ventas aumentó un 5.3%, a NPs775.1 millones, lo que refleja el aumento del volumen de producción y el mayor costo de las materias primas. Los precios del concentrado para la elaboración de marcas de Coca-Cola se basan en un porcentaje del precio del refresco cobrado a los detallistas, neto de cualquier impuesto al valor agregado u otro impuesto específico pagadero por Coca-Cola FEMSA. En 1992, el gasto total en concentrado aumentó un 36.2% en términos nominales y un 17.9% en términos reales en comparación a los niveles de 1991. Los precios unitarios del concentrado aumentaron un 10.4% en términos reales durante 1991. El aumento del precio del concentrado se atribuyó a un aumento nominal promedio del 18.0% de los precios de los refrescos cobrados por Coca-Cola FEMSA a los detallistas y a un aumento de 0.5 puntos porcentuales en el factor del precio del concentrado. Como se analizó previamente, las nuevas presentaciones constituyeron un componente de importancia progresiva en la composición de las ventas de productos de la Empresa durante 1992. El cambio de la composición de las ventas resultó en un mayor costo de ventas debido a que las nuevas presentaciones de mayor tamaño utilizan botellas y tapas más caras y tienen un precio de venta más bajo por onza de bebida, así como a un aumento en el costo de ventas debido al cambio hacia las presentaciones no retornables. Si bien el costo de ventas es mayor en términos absolutos en el caso de las presentaciones no retornables, los mayores precios cobrados por la Empresa por las presentaciones no retornables resultaron en mayores márgenes brutos a partir de la venta de una proporción más elevada de presentaciones no retornables. La Empresa también registró un impacto positivo en el margen bruto a consecuencia de la distribución de los costos fijos de producción entre un mayor volumen de productos. Sin perjuicio de estos factores de costos, los aumentos del precio nominal a mayoristas y el aumento del volumen resultaron en una mejora del margen de utilidad bruta, como porcentaje de las ventas netas, de un 50.0% en 1991 a un 51.9% en 1992. Además la Empresa tuvo un impacto positivo en el margen bruto debido a que los costos fijos de producción se mantuvieron al crecer el volumen.

Gastos de Operación

En 1992, los gastos de operación aumentaron un 16.8% en términos reales, de NPs530.2 millones en 1991 (36.1% de los ingresos totales) a NPs619.4 millones en 1992 (38.7% de los ingresos reales). En 1992, los gastos de ventas, que representaron un 75% de los gastos de operación totales, aumentaron un 14.3% en términos reales, de NPs405.2 millones en 1991 a NPs463.0 millones en 1992, es decir un 29.1% de las ventas netas. El total de gastos administrativos aumentó un 25.1% en 1992, a NPs156.4 millones, a saber un 9.8% de los ingresos totales.

El aumento de los gastos de operación se atribuyó a diversos factores. El personal de administración, comercialización y distribución aumentó un 14% en 1992 debido a la inauguración de dos plantas de embotellado (una en cada territorio) y siete centros de distribución (cuatro en el Valle de México y tres en el Sureste), la creación de 185 nuevas rutas de ventas y la introducción de un nuevo programa de preventa en algunas regiones. Además del aumento del número de empleados, los costos laborales de los empleados asalariados ya existentes se incrementaron en aproximadamente un 4% en términos reales. A consecuencia de estos factores, los gastos laborales, que representaban un 44.7% de los gastos de operación en 1992,

aumentaron en un 18.6% en términos reales, a NPs277.1 millones de NPs233.7 millones en 1991. Los costos por flete aumentaron un 70% en 1992 debido a la construcción y reequipamiento de las instalaciones de producción en el Sureste, obras que se desarrollaron en conexión con la introducción de las nuevas presentaciones. A principios del ejercicio 1992, cuando la construcción se encontraba todavía en curso, se enviaban productos terminados desde las plantas del Valle de México para cubrir la demanda del territorio del Sureste.

Los gastos en publicidad y promoción aumentaron un 22.4% en 1992 a consecuencia de los costos asociados a la introducción de cinco nuevas presentaciones. Estos costos ascendieron a un total de NPs30.5 millones y aproximadamente un 50% se incurrió en el ejercicio 1992. El remanente fue capitalizado y será erogado en 1993. Con exclusión de los gastos de comercialización asociados con la introducción de nuevos productos, los gastos de ventas aumentaron un 9.7% en 1992, lo que representa un 27.9% de las ventas netas, en comparación a un porcentaje del 27.7% registrado en 1991. En 1991 los gastos de administración incluyen NPs40.3 millones de servicios corporativos pagados a FEMSA, en comparación con NPs28.1 millones en 1991.

Utilidad de Operación

En 1992, la utilidad de operación aumentó un 2.3%, sobre los NPs201.9 millones de 1991, o sea un 13.8% del total de ingresos, a NPs206.5 millones, o sea un 12.9% del total de ingresos. El aumento de la utilidad de operación se debe principalmente a los aumentos de precio y volumen, en tanto la reducción del margen de operación se atribuye principalmente al aumento de los gastos de ventas. Tal como se analizó previamente, el efecto del aumento de los gastos de operación se minimizó en parte gracias al incremento del margen bruto, que aumentó de un 50.0% de las ventas netas en 1991 a un 51.9% de las ventas netas en 1992.

Costo Integral de Financiamiento

En 1992, el costo integral de financiamiento de la Empresa se incrementó a NPs38.9 millones desde su nivel de NPs7.1 millones registrado en 1991. El aumento de los costos de financiamiento se atribuye en parte a la emisión de pagarés a favor de FEMSA con motivo de la adquisición de sus subsidiarias operativas por parte de la Empresa, que se realizó en octubre de 1991. Los intereses pagados atribuibles a estos pagarés ascendieron a NPs124.8 millones en 1992, un 61.5% del total de intereses pagados. Los gastos por intereses que pueden atribuirse a otros préstamos obtenidos de FEMSA con el fin de financiar las operaciones aumentaron un 49.2% en 1992, a NPs78.0 millones, de su nivel de NPs52.3 millones de 1991. Los intereses pagados se compensaron en parte con la ganancia generada por la posición monetaria, que ascendió a un total de NPs179.3 millones en 1992, en comparación a su nivel de NPs113.0 millones en 1991. Las pérdidas cambiarias aumentaron a NPs15.3 millones en 1992 de su total de NPs2.1 millones en 1991. La variación de los intereses pagados, las ganancias por la posición monetaria y las pérdidas cambiarias se debieron al endeudamiento asumido con FEMSA en octubre de 1991.

Otros Ingresos

En el ejercicio 1992, la Empresa registró otros ingresos por un total de NPs8.9 millones, que incluían pagos de NPs11.5 millones recibidos de The Coca-Cola Company en conexión con ciertas inversiones. En 1991, la Empresa había registrado un total de otros ingresos de NPs41.5 millones, que incluían pagos similares de The Coca-Cola Company por un total de NPs39.6 millones.

Utilidad Neta

La utilidad neta se redujo en un 29.2% en 1992, a un nivel de NPs107.8 millones desde su nivel de NPs152.3 millones de 1991. Adicionalmente al impacto de la utilidad neta que se analizó previamente, la reducción de la utilidad neta en 1992 incluye el efecto de un cargo de NPs11.9 millones, por única vez, que no fue erogado en efectivo, en relación con el reconocimiento de costos pasados del servicio del plan de pensiones de la Empresa, así como una ganancia extraordinaria de NPs8.2 millones que reflejaba la aplicación

de los beneficios de la utilización de pérdidas fiscales en 1992 contra el gasto en impuesto sobre la renta. En el ejercicio 1992 la Empresa registró impuestos sobre la renta y participación de los trabajadores en las utilidades por NPs55.3 millones y NPs9.8 millones respectivamente. Luego del ajuste realizado con el fin de aplicar la utilización de pérdidas fiscales, la tasa fiscal efectiva de la Empresa fue del 32.2% en 1992, en comparación a un 35.5% en 1991.

Resultados de Operación del Ejercicio Terminado el 31 de diciembre de 1991 en Comparación al Ejercicio Terminado el 31 de diciembre de 1990

Total de Ingresos

En el ejercicio 1991, el total de ingresos de la Empresa se incrementó un 22.0%, a NPs1,468.1 millones. Las ventas netas aumentaron un 22.6% en 1991, a NPs1,463.6 desde su nivel de NPs1,193.5 en 1990. El rubro Otros Ingresos de Operación se redujo en un 54.5%, a NPs4.5 millones desde su nivel de NPs9.9 millones en 1990. El aumento de las ventas netas refleja un aumento del 10.4% en el volumen de ventas de cajas unidad y un aumento real del 11.1% de los precios efectivos a mayoristas.

El aumento de precios de 1991 se debió a varios factores. El día 14 de noviembre de 1990, el gobierno de México eliminó el impuesto al consumo del 15.7% que se aplicaba sobre los refrescos. La eliminación de este impuesto, que ya se había incluído en el precio final al consumidor, generó un aumento efectivo del precio para el productor, dado que la reducción del impuesto no se trasladó al consumidor. El impacto de este aumento efectivo del precio se vió reforzado por un aumento del precio nominal del 25% que se comenzó a aplicar el día 17 de noviembre de 1990. Durante el mes de noviembre de 1991, los precios nominales aumentaron nuevamente aproximadamente un 24% en tanto el impuesto al valor agregado se redujo de un 15 a un 10 por ciento, situación que tampoco esta vez se trasladó al precio al consumidor. El impacto acumulado de estas reducciones fiscales y aumentos de precios en 1991 representó un aumento nominal del 44.6% de los precios para el productor, lo que se tradujo en un aumento real del 11.1% de los precios. Si bien no se pueden determinar las cifras precisas, la Administración considera que el ingreso total habría aumentado aun en caso de no haberse registrado la reducción en los impuestos.

Con anterioridad al mes de noviembre de 1990, el impuesto al consumo se incluía en el precio final al consumidor. La eliminación de este impuesto no se reflejó en una disminución del precio al consumidor. De tal manera, los productores lograron un aumento efectivo de los precios sin que se afectara en forma negativa la demanda de los consumidores, en la medida en que los precios a detallistas y consumidores no se vieron modificados. A pesar del aumento del precio nominal registrado el 17 de noviembre de 1990, los embarques del sector aumentaron un 8.6% en 1991. La cifra de volumen de ventas de la Empresa en 1991 aumentó un 10.6% en el Valle de México y un 9.9% en el territorio del Sureste. El aumento de volúmenes en 1991 se tradujo en un aumento de la participación de la Empresa en el mercado de los refrescos de un 58.2% a un 59.5% en el territorio del Sureste y una ampliación total de su participación en las ventas de refrescos al 36.2% en el Valle de México desde su nivel de 35.4% en 1990.

Costo de Ventas

El costo de ventas se incrementó un 10.3% en 1991, a NPs736.0 millones. El aumento del costo de ventas resultó principalmente de un aumento del volumen del orden de un 10.4% que se registró en dicho ejercicio. El impacto del aumento de los volúmenes y los precios en el ejercicio 1991 se reflejó en la reducción del costo de ventas como porcentaje de las ventas netas y en un aumento del margen bruto de utilidad de un 44.9% en 1990 a un 50.0% en 1991.

Gastos de Operación

Los gastos de operación aumentaron un 19.0% en 1991, a NPs530.2 millones desde su nivel de NPs445.7 millones en 1990. Los gastos de ventas aumentaron un 17.4% en términos absolutos, a NPs405.2 millones, pero se redujeron como porcentaje de las ventas netas de un 28.9% en 1990 a un 27.7% en 1991. El aumento

de los gastos de ventas refleja la introducción de 134 nuevas rutas de venta en el Valle de México y 44 en el territorio del Sureste en 1991. La introducción de 450 máquinas expendedoras en el Valle de México y la incorporación del personal necesario para cubrir este segmento de las ventas de la Empresa también contribuyeron al aumento de los gastos de ventas en el ejercicio 1991. Como porcentaje del total de ingresos, los gastos administrativos se mantuvieron relativamente estables, entre 8.5% en 1991 y 8.4% en 1990. Sin embargo, en términos reales los gastos administrativos aumentaron un 23.9%, principalmente debido a un mayor nivel de salarios. En 1991 los gastos de administración incluyen NPs28.1 millones de servicios corporativos en comparación con NPs18.5 millones en 1990.

Utilidad de Operación

El apalancamiento favorable de las operaciones atribuible al mayor volumen de ventas y a los mayores precios se reflejó en un aumento del 122.8% en la utilidad de operación, que ascendió a NPs201.9 millones en 1991 en comparación con su nivel de NPs90.6 millones en 1990. El aumento de la utilidad de operación resultó en una expansión del margen de operación de la Empresa, que alcanzó al 13.8% en 1991 desde su nivel del 7.5% en 1990.

Costo Integral de Financiamiento

En 1991 la Empresa registró un costo integral de financiamiento de NPs7.1 millones en comparación con un total de ingresos financieros netos de NPs9.2 millones en 1990. Los intereses pagados aumentaron un 142.3% en 1991, a NPs118.0 millones desde NPs48.7 millones en 1990; los intereses pagados en 1991 incluían un cargo por intereses de NPs65.7 millones atribuible a la deuda pagadera a FEMSA que se había asumido con motivo de la creación de Coca-Cola FEMSA en octubre de 1991. Este importe representa un 55.7% del total de intereses pagados de 1991. El costo neto de financiamiento (después del ajuste necesario para registrar las pérdidas cambiarias y las ganancias por la posición monetaria) asociado con la constitución de la Empresa ascendió a NPs6.6 millones en 1991, a saber un 92.9% del costo integral total de financiamiento. Los gastos financieros asociados con la deuda de operaciones también se incrementaron en 1991 debido al financiamiento otorgado por FEMSA en conexión con la expansión y modernización de las instalaciones de la Empresa. El costo integral de financiamiento también sufrió el impacto negativo del aumento de las tasas de interés nominales que se registró en 1991 en tanto la inflación se reducía, lo que resultó en un mayor costo neto de financiamiento en la medida que las ganancias monetarias eran inferiores y los intereses pagados, mayores.

Otros Ingresos

El rubro Otros Ingresos aumentó a NPs41.5 millones en 1991 de NPs22.5 millones en 1990. Este rubro incluye los pagos realizados por The Coca-Cola Company en conexión con ciertas inversiones por un total de NPs39.6 millones en 1991 y NPs15.9 millones en 1990, así como una ganancia sobre las ventas de activo fijo por NPs6.1 millones en 1990.

Utilidad Neta

La utilidad neta se incrementó en un 39.5% en 1991, a NPs152.3 millones desde NPs109.2 millones en 1990. El aumento de la utilidad neta se debe principalmente a los beneficios obtenidos a partir de los aumentos del precio de los productos y de las cifras de ventas que se registraron en 1991. El impuesto sobre la renta y la participación de los trabajadores en las utilidades aumentaron un 84.1% en 1991, a NPs98.1 millones, lo que refleja el mayor nivel de rentabilidad logrado por la Empresa en 1991. La tasa de impuestos efectivamente pagada en 1991 fue del 35.5%, luego de la aplicación de pérdidas fiscales por un total de NPs14.1 millones incluyendo los pagos por participación de los trabajadores en las utilidades, en comparación a una tasa fiscal efectiva del 10.6% en 1990. La baja tasa efectiva de impuestos de 1990 refleja la aplicación al impuesto bruto sobre la renta del ejercicio de un importe de NPs40.3 millones correspondiente a la utilización de pérdidas fiscales, y participación de los trabajadores en las utilidades de NPs53.3 millones.

Liquidez y Recursos de Capital

Liquidez

Históricamente la liquidez de la Empresa ha provenido de la generación interna de efectivo y de préstamos intercompañía otorgados por FEMSA. Como parte de la operación de recapitalización de la Empresa y en conexión con la suscripción del 30% de su capital social por parte de Inmex, toda la deuda intercompañía que se adeudaba a FEMSA fue pagada o capitalizada. En consecuencia, actualmente la Empresa no registra ningún pasivo a de largo plazo. Se espera que la fuente principal de liquidez de la Empresa siga siendo la generación interna de fondos, complementada por líneas de crédito para la toma de fondos otorgadas por terceros. La Empresa cuenta con un crédito disponible de NPs60 millones conforme a dos líneas de crédito con Bancomer, S.A., Institución de Banca Múltiple, Grupo Financiero Bancomer, banco mexicano filial, que están a su disposición hasta el mes de enero de 1994, y NPs50 millones en una línea de crédito con Banca Serfin S.A., Institución de Banca Múltiple, Grupo Financiero Serfín, otro banco mexicano, que está a su disposición hasta junio de 1994. La Administración considera que los recursos internos y el acceso de la Empresa a las líneas de crédito, incluyendo las que se mencionan anteriormente, serán adecuados para cubrir las necesidades de capital de trabajo y para financiar una parte significativa de las inversiones futuras.

Recursos de Capital

Coca-Cola FEMSA opera en una industria intensiva en capital, que requiere un alto nivel de inversiones en activos fijos y también para actualizar las instalaciones de planta y la tecnología de producción de sus diversas líneas de productos. Durante el período de tres años terminado el 31 de diciembre de 1992, las inversiones de FEMSA en Coca-Cola FEMSA alcanzaron aproximadamente NPs455.2 millones. En 1992, las inversiones de Coca-Cola FEMSA ascendieron aproximadamente a NPs166.0 millones, fundamentalmente vinculadas a la construcción de dos plantas de refrescos y al reequipamiento de una tercera planta, así como a la ampliación de los sistemas de distribución de Coca-Cola FEMSA, que incluyó la compra de camiones, la ampliación de la capacidad de flete y la construcción de depósitos de almacenamiento. Durante el primer semestre de 1993 se destinó un monto de NPs93.0 millones a la modernización y ampliación del programa de inversiones.

INVERSIONES
(Millones de Nuevos Pesos)

	Primer Semestre de 1993	1992	1991	1990
Canales de Distribución	17.9(1)	36.9(2)	54.8(3)	26.6(4)
Plantas				
Los Reyes	1.8	37.9	46.1	17.1
Minatitlán y Villahermosa	18.7	31.1	26.3	0.0
Juchitán y Oaxaca	0.0	6.6	34.2	6.7
Delmist	15.0	1.6	6.6	0.0
Gore	15.5	0.0	7.4	4.9
Otras	9.9	11.1	3.5	0.7
Post Mix	3.7	3.2	3.7	0.9
Botellas	10.5	37.6	34.1	15.6
Total	93.0	166.0	216.7	72.5

(1) Incluye la inauguración de un nuevo centro de distribución en Mixcoac y 39 nuevas rutas de venta.
(2) 185 nuevas rutas de venta, 7 nuevos depósitos de almacenamiento y 1,030 máquinas expendedoras.
(3) 178 nuevas rutas de venta, 3 nuevos depósitos de almacenamiento y ampliación de depósitos de almacenamiento.
(4) 85 nuevas rutas de venta, 117 nuevos camiones y nuevos sistemas de computación.

El plan de negocios de la Empresa requiere la inversión de aproximadamente $427 millones en los territorios actuales durante el período de cuatro años entre 1993 y 1996. Se espera que estas inversiones se realicen en este período de cuatro años con inversiones planificadas en 1994 y 1995 que representarán apenas algo más que un 58% del total de las erogaciones planificadas. Actualmente, las inversiones contempladas incluyen aproximadamente $185 millones en distribución, $208 millones en instalaciones de producción, $21 millones en equipos y maquinaria para cubrir los nuevos mercados y aproximadamente $10 millones en inversiones para mejorar los sistemas de información de la Empresa. Cerca de una cuarta parte de las inversiones planeadas están destinadas al territorio del Sureste en tanto el remanente se destinará al territorio del Valle de México. The Coca-Cola Company ha convenido en aportar parte de estas inversiones de 1993 hasta 1995. El plan de inversiones está sujeto a cambios que dependerán del mercado y de otras condiciones así como de los resultados de operación de la Empresa y de su capacidad financiera.

La Empresa espera sustituir 147 camiones en 1993, 205 en 1994, 281 en 1995, 242 en 1996 y 106 camiones en 1997 en virtud de un plan de sustitución que se anticipa a una mayor rigidez de los reglamentos ambientales. Se espera que las inversiones vinculadas a la distribución incluyan la ampliación de las bodegas (incluyendo la construcción de nuevas bodegas) así como inversiones en otros equipos relativos a la distribución. Las inversiones que se planean realizar en las instalaciones de producción incluyen la construcción de dos nuevas plantas de producción en el territorio del Sureste y dos nuevas plantas de producción en el Valle de México así como la ampliación y remodelación de otras instalaciones existentes en ambos territorios.

Adicionalmente al plan de sustitución de camiones que se describió anteriormente, la Empresa está llevando a cabo un estudio destinado a determinar el monto de las inversiones que serán necesarias en el corto plazo con el fin de cumplir con las reglamentaciones ambientales. La Administración considera que estas inversiones adicionales no serán significativas.

Aparte de ciertos créditos de los proveedores, en el pasado la Empresa ha recibido todos sus créditos de FEMSA. Dado que actualmente la Empresa no tiene posivos significativos, la Administración considera que los fondos generados internamente y los préstamos obtenidos de terceros serán suficientes para cubrir sus futuras necesidades de inversiones en activo fijo y en capital de trabajo.

DESCRIPCION DEL NEGOCIO

Coca-Cola FEMSA es una sociedad controladora mexicana cuyas subsidiarias producen, comercializan y distribuyen refrescos de The Coca-Cola Company así como algunos otros productos en dos territorios, el Valle de México y el Sureste. Estos territorios abarcan una población total de aproximadamente 24 millones de habitantes. La Empresa tiene su sede en la Ciudad de México, D.F.

Antecedentes de la Empresa

El accionista mayoritario de Coca-Cola FEMSA, es FEMSA, que tuvo su origen en la Cervecería Cuauhtémoc, primera compañía productora de cerveza en México, que fue fundada en 1890 por cuatro industriales de Monterrey: Isaac Garza, Francisco G. Sada, José A. Muguerza y José M. Schnaider. Un siglo después, FEMSA es controlada por los descendientes de algunos de los fundadores de Cervecería Cuauhtémoc. Desde sus comienzos, FEMSA ha sido una de las empresas más prominentes de México.

La evolución de FEMSA durante los últimos cien años ha hecho que se convierta en la mayor empresa del ramo de "alimentos, bebidas y tabaco" que cotiza acciones en la Bolsa Mexicana de Valores, S.A. de C.V.. Las operaciones de FEMSA están organizadas en cuatro divisiones: (i) Cerveza, (ii) Empaques, (iii) Refrescos y (iv) Comercio. En el ejercicio 1979, FEMSA efectuó compras que ampliaron sus actividades a los mercados del agua mineral y los refrescos. Hasta el mes de abril de 1992, FEMSA también producía y distribuía aguas minerales de la marca "Peñafiel". Estas operaciones, conjuntamente con las marcas

correspondientes, se vendieron a Cadbury Schweppes PLC el día 30 de abril de 1992 por un importe de $325 millones. En conexión con dicha venta, FEMSA celebró ciertos acuerdos que restringen las posibilidades de expansión de los negocios de agua mineral de la Empresa hasta el 31 de diciembre de 1995. Los servicios administrativos, financieros y de dirección necesarios a la Empresa son prestados por FEMSA Servicios, S.A. de C.V., subsidiaria de total propiedad de FEMSA. En el ejercicio 1992, los ingresos totales generados por Coca-Cola FEMSA representaron un 23.8% de los ingresos totales consolidados de FEMSA.

En 1979 FEMSA adquirió las subsidiarias embotelladoras de refrescos que ahora forman parte de Coca-Cola FEMSA. En aquel momento, las subsidiarias contaban con 13 centros de distribución que operaban 701 rutas de venta. La capacidad de producción de las subsidiarias era de 83 millones de cajas físicas y su participación conjunta en el mercado total de bebidas de cola era del 47.2% en el territorio del Valle de México y del 56.8% en el territorio del Sureste. Al 30 de junio de 1993, Coca-Cola FEMSA contaba con 42 grandes centros de distribución que abarcan aproximadamente 1,584 rutas de venta, con una capacidad de producción de 263 millones de cajas físicas. Desde 1979, la participación de la Empresa en el mercado total de bebidas de cola ha aumentado en 9.4% y 15.0% en los territorios del Valle de México y del Sureste respectivamente.

El día 31 de octubre de 1991, FEMSA transfirió las Acciones de sus subsidiarias en el ramo de refrescos, con excepción de las operaciones de agua mineral, a FEMSA REFRESCOS, S.A. de C.V., empresa sub-controladora de reciente formación antecesora de Coca-Cola FEMSA. Una parte de las Acciones constituyeron una inversión en la nueva empresa sub-controladora y el resto de las acciones fueron vendidas a la empresa sub-controladora a cambio de obligaciones pagaderas a FEMSA.

Con vigencia al 14 de mayo de 1993, Impulsora de Mercados, S.A. de C.V., subsidiaria de total propiedad de FEMSA, hizo una aportación de capital de NPs621.3 millones a Coca-Cola FEMSA a cambio de 90,250,000 Acciones Serie L. A dicha fecha FEMSA efectuó una aportación adicional por un importe de NPs11,128,980 a cambio de 11,128,980 Acciones Serie A. Coca-Cola FEMSA aplicó los fondos resultantes de dicha transacción a cancelar parte de su deuda pendiente en favor de FEMSA así como la deuda de las subsidiarias de Coca-Cola FEMSA a FEMSA.

De acuerdo con su meta de maximizar la rentabilidad y el crecimiento en el largo plazo y de aumentar la posición competitiva de Coca-Cola FEMSA, FEMSA consintió en que Inmex, subsidiaria indirecta de The Coca-Cola Company, suscribiera un 30% del capital social de la Empresa. El día 21 de junio de 1993, Inmex suscribió 142,500,000 Acciones Serie D por $195 millones (NPs621.3 millones), así como ciertos contratos que otorgarán a The Coca-Cola Company un papel importante en la administración de la Empresa.La Empresa liquidó el remanente de sus pasivos con FEMSA con los fondos resultantes de esta transacción. Ver *"Accionistas Principales y Vendedores"*.

The Coca-Cola Company comenzó a producir bebidas de la marca Coca-Cola en México a través de embotelladores franquiciados en el año 1926. En México y en el resto del mundo, The Coca-Cola Company promueve y distribuye sus productos a través de embotelladores locales. Los embotelladores compran el concentrado a The Coca-Cola Company y distribuyen las bebidas producidas con el concentrado.

Los volúmenes de ventas de cajas unidad de refrescos de las marcas de The Coca-Cola Company en América Latina constituyeron en 1992 un 24% de las ventas mundiales de cajas unidad y un 11% de la utilidad neta de operación mundial de The Coca-Cola Company. La mayor participación en la región latinoamericana en términos de volumen se atribuye a los menores precios al consumo de los refrescos en la región, ya que los precios del concentrado que cobra The Coca-Cola Company a sus embotelladores se basan en el precio del producto terminado. La disparidad entre lo que representa el volumen de la región latinoamericana y la utilidad correspondiente indica que la región latinoamericana cuenta con potencial de crecimiento. La Administración considera que, a medida que aumente el poder adquisitivo de los consumidores de América Latina, los ingresos por venta de refrescos podrán aumentar a consecuencia del mayor nivel de precios y el mayor consumo per cápita.

Estrategia de Negocio

El objetivo corporativo de Coca-Cola FEMSA consiste en lograr para sus Accionistas una tasa de retorno atractiva sobre su inversión mediante el logro de un crecimiento del volumen de ventas derivado de un aumento del consumo per cápita de los refrescos de la Empresa en los territorios existentes y la posible expansión hacia territorios de embotellado adicionales. El consumo per cápita de Marcas de Coca-Cola es de aproximadamente 245 porciones de ocho onzas en el territorio del Valle de México y de 180 porciones de ocho onzas en el territorio del Sureste, cifras que se sitúan por debajo del promedio nacional de México, que asciende a 301 porciones de ocho onzas. La Empresa espera lograr este objetivo a través de la implementación de estrategias y programas destinados a crear demanda, incluyendo la expansión de su gama de presentaciones y marcas, en tanto se mantienen precios competitivos. Coca-Cola FEMSA también tiene la intención de aumentar su eficiencia en la producción, distribución y venta, incluyendo la que puede resultar de la integración de diversos aspectos de sus operaciones en los territorios.

La Administración considera que uno de los criterios importantes para medir su desempeño es lograr la generación de flujos de fondos de operación en el largo plazo. Coca-Cola FEMSA tiene la intención de utilizar el efectivo logrado de sus operaciones, el endeudamiento y, de ser necesario en el contexto de las futuras oportunidades de crecimiento, el financiamiento de capital para respaldar las inversiones y las posibles adquisiciones futuras de franquicias y el embotellado de marcas de refrescos adicionales. Conforme a las disposiciones del Contrato de Asociación, The Coca-Cola Company y FEMSA llegaron a ciertos acuerdos acerca de la posible adquisición por parte de Coca-Cola FEMSA de operaciones adicionales de embotellado de Coca-Cola a medida que queden disponibles. Ver "*Accionistas Principales y Vendedores—Contrato de Asociación*". Aparte de la Empresa, actualmente existen en México 17 embotelladores de Coca-Cola; sin embargo, la Administración no ha elaborado planes definitivos con respecto a la adquisición de alguna embotelladora en particular y no ha celebrado negociaciones con vendedores potenciales de dichas embotelladoras. En consecuencia, no existe certeza de que se concreten tales adquisiciones.

Con el fin de lograr estos objetivos, la Administración espera que las inversiones de la Empresa podrán incluir inversiones en capacidad adicional de producción y distribución así como la adquisición de marcas adicionales. Se espera que estas inversiones amplíen las operaciones actuales y permitan a la Empresa realizar mayores economías de escala. La Empresa también espera continuar ampliando la disponibilidad de refrescos en nuevas presentaciones y a través de nuevos canales de distribución o de la ampliación de los ya existentes.

El Mercado Mexicano de los Refrescos

La industria mexicana de los refrescos se caracteriza por los siguientes elementos: alto nivel de aceptación cultural del consumo de refrescos, reglamentación gubernamental, alta concentración de ventas en las presentaciones en envases retornables, sistemas de distribución fragmentados, disparidad de las condiciones de los mercados regionales, favorable evolución demográfica de la población consumidora de refrescos e influencias económicas que afectan el nivel de consumo de refrescos.

Aceptación Cultural del Consumo de Refrescos

La industria mexicana de bebidas incluye los refrescos, la cerveza, el agua embotellada y los jugos de frutas. La Empresa estima que en 1992 los embarques de refrescos representaron aproximadamente un 53.7% del volumen de producción de la industria mexicana de bebidas. La Administración considera que el consumo de refrescos en México ha crecido a una tasa anual compuesta de aproximadamente 7.4% a partir de 1988. Las ventas de refrescos en México se encuentran entre las más altas de cualquier país del mundo, solamente superadas por las de los Estados Unidos en términos del consumo total tanto en el segmento de los refrescos en general como en el segmento de las bebidas de cola. La Empresa estima que en 1992 se vendieron en México aproximadamente 2,058 millones de cajas unidad de refrescos y que las ventas de bebidas de cola, que ascendieron a 1,289 millones de cajas unidad, representaron aproximadamente un 62.6% del volumen de la industria de refrescos.

Evolución Demográfica Favorable

México tiene una de las poblaciones más jóvenes del hemisferio occidental según las estadísticas publicadas por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática ("INEGI"), aproximadamente un 38% de la población tiene menos de 15 años. Si bien la tasa de crecimiento agregada de la población de México se ha reducido en la última década, se espera que el segmento de la población entre los 17 y los 25 años crezca durante los próximos tres años a un ritmo más alto por año, en reflejo de la alta tasa de crecimiento de la población de la década de los 70's en comparación a la actual. Este segmento de la población es uno de los principales objetivos de los esfuerzos de comercialización de la Empresa, pues la Administración considera que la lealtad a la marca se refuerza cuando los consumidores se encuentran en este entorno de edad y el volumen del consumo de refrescos es mayor en este segmento de la población.

Como resultado de la estructura de la población y del aumento del consumo de refrescos per cápita registrado en México a partir de 1988, el crecimiento del volumen de refrescos de un 7.4% anual ha sido significativamente mayor que la tasa general de crecimiento de la población.

Factores Económicos que Afectan a la Industria del Refresco

El consumo de refrescos tiene una correlación positiva con el aumento en los ingresos disponibles de los consumidores y el PIB, así como una correlación negativa con un aumento significativo del precio real. Durante los últimos tres años la industria del refresco mexicana ha experimentado un alto crecimiento debido al entorno económico generalmente positivo del país y al hecho de que el precio real recibido por los productos de refrescos aumentó a un ritmo más rápido que el precio de los refrescos al consumidor. La más rápida tasa de crecimiento del precio al productor en el período de noviembre de 1990 a junio de 1993 refleja el impacto favorable de dos reducciones fiscales que aplicó el gobierno mexicano. En noviembre de 1990, el gobierno mexicano eliminó el impuesto del 15.7% al consumo de refrescos. Hasta el mes de noviembre de 1990 el impuesto al consumo estaba incluído en el precio final al consumidor. La eliminación del impuesto al consumo no se reflejó en el precio al consumidor y en consecuencia los productores lograron de hecho un aumento efectivo del precio. Este fenómeno, que se produjo simultáneamente a un aumento real del precio al consumidor, se tradujo en un aumento total del precio al productor del 44.6% en términos nominales y tuvo un impacto sumamente positivo sobre los márgenes brutos y de operación de la industria del refresco. Esta situación se repitió a menor escala cuando se redujo el impuesto al valor agregado de un 15 a un 10 por ciento, en el mes de noviembre de 1991, junto con un aumento del precio nominal al consumidor del 24% en el Valle de México y del 18% en el territorio del Sureste. El impacto agregado de los aumentos del precio nominal al productor, la reducción de impuestos y los cambios en la composición de los productos en el período entre 1989 y el mes de junio de 1993 se tradujo en un aumento real de los precios de un 37.4%. La Administración considera que el continuo aumento del poder adquisitivo de los consumidores, conjuntamente con la estructura demográfica favorable de la población mexicana, permitirá que los resultados de operación de la Empresa sigan creciendo sin aumentos reales adicionales de precios.

Ventas de Bebidas de Cola en México

Las dos principales marcas de bebidas de cola de México son Coca-Cola y Pepsi. Si bien existe un cierto número de otras marcas de bebidas de cola, estas dos marcas representaban en 1992 el 99.5% de las ventas de su tipo en México. Ambas marcas, Coca-Cola y Pepsi, compiten en forma intensa por las ventas. Por ejemplo, en el Valle de México, que representó en 1992 aproximadamente un 19.8% del volumen de ventas de bebidas de cola de México, los productos de bebidas de cola de la marca Coca-Cola de la Empresa, lograron un 32.7% del total de ventas de refrescos en tanto las marcas de PepsiCo alcanzaron un 27.8%.

Además de competir en forma intensiva por las ventas de bebidas de cola, otros productos de The Coca-Cola Company y de PepsiCo compiten por las ventas del segmento de sabores que no son bebidas de cola. Las ventas de refrescos que no son bebidas de cola de la Empresa alcanzaron a un 3.8% del total de ventas de refrescos en el Valle de México en 1992, en comparación a un 5.2% de las marcas de PepsiCo que no son bebidas de cola. Las ventas de otras marcas representaron un 30.5% del total de ventas de refrescos

en el Valle de México en 1992, donde tres marcas—Mundet, Jarritos y Peñafiel—representaron conjuntamente aproximadamente la mitad de este remanente. En vista del limitado éxito de las marcas genéricas en México, la Administración no espera que la competencia de dichos productos sea sustancial en el corto plazo.

Reglamentación Gubernamental

Si bien la regulación de la industria del refresco de México por parte del gobierno ha seguido una tendencia favorable durante los últimos años, como lo demuestra la eliminación del impuesto al consumo de refrescos de noviembre de 1990, el gobierno aún ejerce una considerable influencia en el sector. Con anterioridad al mes de noviembre de 1992, existían controles reguladores de precios sobre ciertas presentaciones en envases de vidrio retornables de menos de un litro. Las restricciones voluntarias del precio vigentes actualmente con respecto a estas presentaciones caducarán en el mes de enero de 1994, a pesar de que el gobierno podría intentar que la industria siguiera cooperando en este aspecto. Los precios de los refrescos en México son bajos en términos tanto absolutos como relativos.

Predominio de las Presentaciones en Envases Retornables

Las ventas de refrescos en presentaciones en envase retornable representaron un 97.5% de los volúmenes de ventas del sector en 1992. La preferencia del consumidor por las presentaciones en envase retornable reflejan el hecho de que el precio al detallista por onza de los envases no retornables es aproximadamente 2.5 veces mayor que el precio al detallista por onza de las presentaciones de refrescos en envase retornable. La diferencia de precio entre las presentaciones en envases retornables y no retornables se ve influída por la disposición de los consumidores a pagar por la conveniencia de los envases no retornables así como por el impacto de los controles de precio del gobierno sobre las presentaciones en envases retornables de menos de un litro. El predominio de las ventas de la industria en presentaciones retornables es una barrera para la penetración de marcas de refrescos importadas en México y sirve como barrera al ingreso de nuevas marcas. Las botellas retornables generalmente son más caras para el productor que las botellas no retornables y generan costos adicionales tales como los que se asocian a la recuperación y limpieza de las botellas previo a su reutilización. Sin embargo, las botellas de vidrio retornables pueden en promedio ser utilizadas hasta 50 veces, en tanto las botellas retornables de PET pueden en promedio ser utilizadas hasta 20 veces, lo que permite a la Empresa cobrar un precio más bajo por los refrescos que se venden en botellas retornables.

Sistema de Distribución

Contrariamente a lo que ocurre en los Estados Unidos, donde más de un 24% del valor de las ventas de refrescos registrado en 1992 correspondía a los supermercados, en México los refrescos se venden fundamentalmente a través de un alto número de detallistas relativamente pequeños. Solamente en la región del Valle de México, la Empresa vende a más de 75,000 detallistas, con ventas semanales promedio de aproximadamente 42 cajas unidad por comercio. La alta concentración de las ventas de la industria en las presentaciones retornables y las instalaciones necesarias para el almacenamiento, recuperación y entrega de las botellas retornables contribuye a la fragmentación del sistema de distribución. La industria del refresco mexicana ha estado históricamente orientada hacia la distribución y se han realizado considerables esfuerzos para mantener la lealtad de los detallistas y, de ser posible, la exclusividad en el servicio. Hasta hace muy poco tiempo, la competencia en los precios no se había constituído en una característica de importancia en la comercialización de los refrescos en México. Con anterioridad a 1990, los embotelladores se centraban principalmente en prestar al detallista servicios e incentivos que no se relacionaran con el precio. La tendencia actual de la industria del refresco mexicana consiste en aumentar la orientación del proceso de la comercialización hacia el consumidor, la introducción de nuevos canales y métodos de distribución y el respaldo al crecimiento de las ventas de los grandes clientes.

Características Regionales

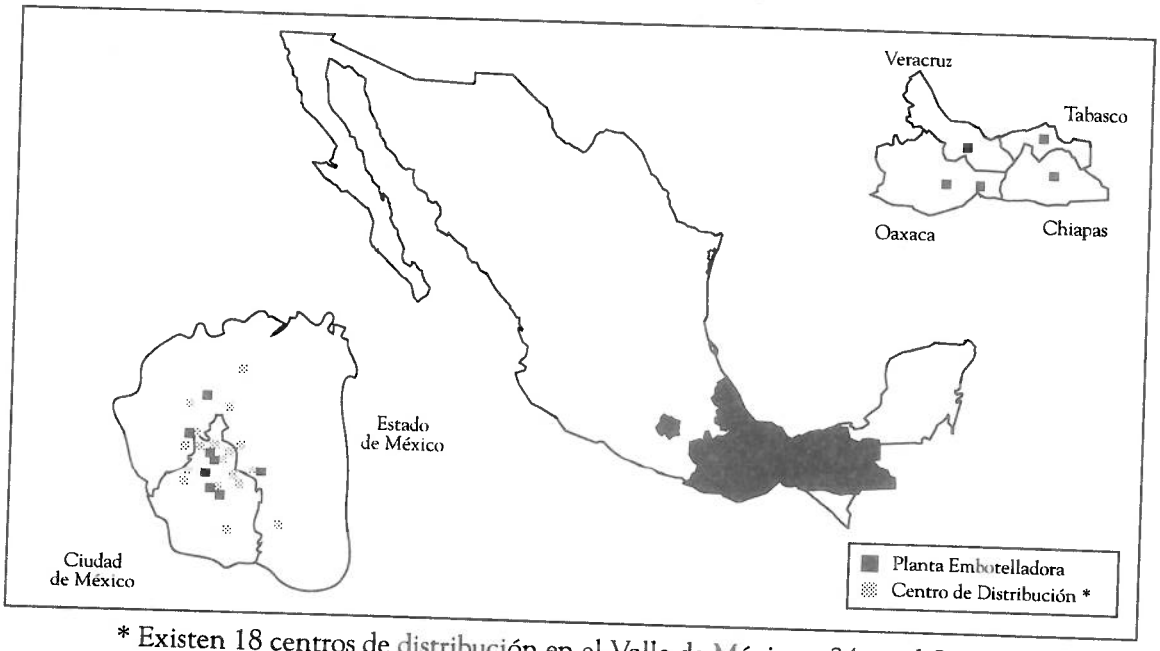
El consumo y los precios de los refrescos varían significativamente en función de la región, en reflejo de las variaciones en los márgenes de los detallistas, la presencia de las marcas, el clima y los sistemas de

distribución de las diferentes partes del país. El predominio de las marcas extranjeras bajo licencia refuerza los factores económicos que limitan la región geográfica que puede servir en forma eficiente una planta de embotellado. Tanto The Coca-Cola Company como PepsiCo venden sus productos en México a través de varias embotelladoras.

Panorama de la Empresa

Coca-Cola FEMSA desarrolla sus actividades principalmente de conformidad con los Contratos de Embotellador suscritos con The Coca-Cola Company. Estos Contratos otorgan a Coca-Cola FEMSA el derecho exclusivo de producir y vender Marcas de Coca-Cola en botellas, latas, y con apego a ciertas restricciones, contenedores de Post Mix autorizados en los territorios especificados. Ver "*—Contratos de Embotellador*". Las ventas de Post Mix implican la entrega de concentrado y máquinas expendedoras a detallistas que preparan y venden el producto en sus locales. La Empresa también vende, de conformidad con licencias y contratos de distribución, otros refrescos de sabores así como aguas minerales. Estos productos son los siguientes: Extra Poma, refresco con sabor a manzana con licencia de Cadbury Schweppes PLC, que la Empresa distribuye en el Valle de México y produce y distribuye en el Sureste; Etiqueta Azul, agua mineral distribuida bajo licencia de Cadbury Schweppes PLC y Sin Rival, marca de refresco de propiedad de la Empresa que se produce con una variedad de sabores de frutas y se vende en el Sureste.

El mapa que se incluye a continuación muestra la ubicación de los territorios de Coca-Cola FEMSA y las principales instalaciones de producción y distribución de la Empresa.



* Existen 18 centros de distribución en el Valle de México y 24 en el Sureste.

Sobre la base de las estadísticas de INEGI, la Empresa estima que los territorios en los que vende Marcas de Coca-Cola tenían, en 1992, una población total de aproximadamente 24 millones de habitantes, o sea un 29% de la población mexicana. La Empresa estima que el total de ventas de todos los refrescos por parte de las embotelladoras incluyendo Post Mix en México, fue de aproximadamente 2,058 millones de cajas unidad en 1992, en tanto las ventas de todos los productos de refresco por parte de Coca-Cola FEMSA fueron de aproximadamente 221.7 millones de cajas unidad durante el mismo ejercicio. En 1992, la participación

conjunta de la Empresa en la ventas de refrescos en sus territorios ascendió a un 41.0% y su participación conjunta en las ventas de bebidas de cola en estos territorios fue del 57.5%.

La Empresa estima que en 1992 las ventas de bebidas de cola representaron un 60.6% y un 65.0% de las ventas de refrescos en el Valle de México y en el Sureste respectivamente. Las ventas de los productos de la Empresa representaron un 36.5% y un 60.7% de las ventas de refrescos en el Valle de México y el Sureste respectivamente, en tanto que las de su principal competidor, que en ambos casos es el embotellador de refrescos de PepsiCo, representaron un 33.0% y un 25.5% en el Valle de México y en el Sureste respectivamente. Ver "*—Ventas*".

Las operaciones de refrescos en cada uno de los territorios de la Empresa se caracterizan por diferentes atributos. El Valle de México se caracteriza por su alta densidad de población, un número relativamente mayor de pequeñas marcas y competidores, y un mayor ingreso per cápita. Por su parte, el territorio del Sureste se caracteriza por localizarse en una región amplia y montañosa con una menor densidad de población, un menor ingreso per cápita, un menor consumo de refrescos per cápita, un número relativamente menor de competidores, y un mayor precio cobrado a los consumidores por los detallistas a los que la Empresa vende sus productos.

Al evaluar el desarrollo de los territorios internos de ventas, Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company también miden, entre otros factores, el consumo per cápita tanto de los refrescos en general como de las Marcas de Coca-Cola en particular. Los datos de consumo per cápita correspondientes a un territorio se determinan dividiendo los estimados de la Administración acerca del consumo total de Marcas de Coca-Cola en el territorio (en botellas, latas y Post Mix) entre la población estimada del territorio, y se expresan en términos del número de porciones de ocho onzas consumidos anualmente por cada persona. En 1992, el consumo anual de refrescos per cápita en los territorios del Valle de México y del Sureste fue de 672 porciones de ocho onzas y 296 porciones de ocho onzas respectivamente en comparación a 585 porciones de ocho onzas en México en términos generales. En 1992, el consumo anual per cápita estimado de Marcas de Coca-Cola (en botellas, latas y Post Mix) fue de aproximadamente 245 porciones de ocho onzas en el territorio del Valle de México y de 180 porciones de ocho onzas en el territorio del Sureste. La Administración considera que el crecimiento del consumo per cápita se produjo en todos los segmentos de la población y en particular en el segmento cuya edad oscila entre los 10 y los 24 años, grupo que crece a razón de aproximadamente 1.87% por año. Las estimaciones del INEGI indican que la población total de los territorios del Valle de México y del Sureste crecerán a una tasa anual promedio del 1.86% y 1.98% respectivamente. Sobre la base de esta tendencia, la Empresa considera que el crecimiento general de la población en ambos territorios generará un aumento de las ventas. La Empresa tiene al segmento de la población de 10 a 24 años como meta de sus esfuerzos de comercialización.

Ventas

La Administración estima que en 1992 aproximadamente un 75% de la venta total de cajas unidad de Coca-Cola FEMSA se produjo en el segmento de las "compras para llevar a casa", que incluye las ventas de productos embotellados y enlatados a través de pequeños comercios detallistas, supermercados, almacenes, tiendas de conveniencia, comercios de venta masiva de productos y otros puntos de venta detallistas, y que aproximadamente un 25% de las ventas totales de cajas unidad de Coca-Cola FEMSA se realizaron en el segmento de "bebidas frías", que incluyen las ventas de los productos embotellados y enlatados en restaurantes, bares y diversos tipos de máquinas expendedoras y hieleras. La gran mayoría de los productos que se venden en todos estos locales se cobran en efectivo. Las cifras de ventas relativas a los restaurantes, bares y demás locales también incluyen las ventas de Post Mix en dichos establecimientos.

La Empresa estima que sus ventas de Post Mix en 1992 constituyeron un 62.4% de las ventas de Post Mix (excluyendo las ventas de Post Mix en los locales de McDonald's) en sus territorios en comparación a las cifras de PepsiCo, habiendo alcanzado los 3.1 millones de cajas unidad en 1992. La Administración espera

que las ventas de Post Mix aumenten sustancialmente en el futuro debido al crecimiento que se espera en el mercado de las comidas rápidas y a un esperado aumento del ingreso disponible.

El día 15 de mayo de 1993, la Empresa comenzó a suministrar Post Mix en forma exclusiva a los restaurantes McDonald's en el Valle de México. La Empresa estima que McDonald's compró aproximadamente 1.3 millones de cajas unidad de Post Mix en 1992 en el Valle de México y estima también que la cuenta McDonald's representa actualmente un 70.8% de las ventas de Post Mix en el Valle de México.

Si bien las ventas en supermercados alcanzaron a un 3.7% y un 0.4% del total de ventas de cajas unidad en el Valle de México y en el Sureste respectivamente, representaron un mayor porcentaje de los ingresos totales debido al predominio de las presentaciones en envases no retornables de mayor precio en dichas ventas. La tabla que se incluye a continuación ilustra la composición de las ventas de la Empresa en 1992 por tipo de detallista.

COMPOSICION DEL VOLUMEN DE VENTAS POR TIPO DE DETALLISTA—1992

	Valle de México	Sureste
Tiendas de Esquina	28.9%	52.7%
Depósitos	45.4%	12.7%
Restaurantes/Bares	13.5%	14.4%
Supermercados	3.7%	0.4%
Otros (1)	8.5%	19.8%
Total	100.0%	100.0%

(1) Incluye máquinas expendedoras, Post Mix, neverías, gasolineras, escuelas, empresas y farmacias.

En 1992, aproximadamente un 93.1% de las cajas unidad vendidas por Coca-Cola FEMSA correspondió a Marcas de Coca-Cola, y aproximadamente un 6.9% de sus ventas de cajas unidad correspondió a productos que no eran de The Coca-Cola Company. Las tablas que se incluyen a continuación ilustran los volúmenes de venta históricos de las bebidas de colas y los refrescos de sabores.

VALLE DE MEXICO
Volumen de Cajas Unidad por Marca (Millones de Cajas Unidad)

	Primer Semestre 1993	Segundo Semestre 1992	1992	1991	1990	1989	1988
Coca-Cola	74.6	65.7	141.1	134.1	119.9	116.7	97.9
Diet Coke	1.5	1.2	2.5	2.2	1.7	1.4	0.8
Sprite	3.3	4.0	7.8	10.0	12.0	13.3	11.2
Diet Sprite	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	—
Fanta	1.4	0.6	1.4	1.1	0.8	0.6	0.4
Subtotal Marcas de Coca-Cola	80.9	71.6	153.0	147.5	134.5	132.1	110.3
Extra Poma	2.3	2.3	4.7	3.8	2.5	2.2	1.6
Etiqueta Azul	1.4	1.3	2.7	3.0	2.5	2.0	—
Subtotal Otras Marcas	3.7	3.6	7.4	6.8	5.0	4.2	1.6
Total	84.6	75.2	160.4	154.3	139.5	136.3	111.9
% Crecimiento	12.5%	—	4.0%	10.6%	2.3%	21.8%	—

VALLE DE MEXICO

Composición del Volumen de Cajas Unidad por Marca

	Primer Semestre 1993	Primer Semestre 1992	1992	1991	1990	1989	1988
Coca-Cola	88.5%	87.4%	88.0%	86.9%	85.9%	85.6%	87.5%
Diet Coke	1.8	1.6	1.6	1.4	1.2	1.0	0.7
Sprite	3.9	5.3	4.8	6.5	8.6	9.8	10.0
Diet Sprite	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	—
Fanta	1.3	0.8	0.9	0.7	0.6	0.4	0.4
Subtotal Marcas de Coca-Cola	95.6	95.2	95.4	95.6	96.4	96.9	98.6
Extra Poma	2.7	3.1	2.9	2.5	1.8	1.6	1.4
Etiqueta Azul	1.7	1.7	1.7	1.9	1.8	1.5	—
Subtotal Otras Marcas	4.4	4.8	4.6	4.4	3.6	3.1	1.4
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

SURESTE

Volumen de Cajas Unidad por Marca (Millones de Cajas Unidad)

	Primer Semestre 1993	Primer Semestre 1992	1992	1991	1990	1989	1988
Coca-Cola	23.7	22.8	47.0	40.4	36.4	32.3	26.3
Diet Coke	0.06	0.04	0.09	0.04	0.02	0.02	0.01
Sprite	0.6	0.7	1.4	1.6	1.6	1.7	2.2
Diet Sprite	0.002	0.002	0.004	0.002	0.002	0.002	—
Fanta	3.6	2.0	5.0	3.8	3.4	2.9	2.9
Subtotal Marcas de Coca-Cola	28.0	25.6	53.5	45.8	41.4	36.9	31.4
Sin Rival	1.3	1.8	3.1	3.9	3.8	4.0	3.4
Extra Poma	1.3	1.7	3.3	3.7	3.5	3.4	3.8
Etiqueta Azul	0.7	0.6	1.4	1.3	1.1	1.0	1.2
Subtotal Otras Marcas	3.3	4.1	7.8	8.9	8.4	8.4	8.4
Total	31.3	29.7	61.3	54.7	49.8	45.3	39.8
% Crecimiento	5.4%	—	12.1%	9.9%	9.9%	13.8%	—

SURESTE

Composición del Volumen de Cajas Unidad por Marca

	Primer Semestre 1993	Primer Semestre 1992	1992	1991	1990	1989	1988
Coca-Cola	75.9%	76.8%	76.7%	73.8%	73.1%	71.4%	66.1%
Diet Coke	0.2	0.1	0.2	0.1	0.0	0.0	0.0
Sprite	1.9	2.4	2.2	2.8	3.3	3.7	5.4
Diet Sprite	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	—
Fanta	11.4	6.8	8.1	7.0	6.8	6.4	7.4
Subtotal Marcas de Coca-Cola	89.4	86.1	87.2	83.7	83.2	81.5	78.9
Sin Rival	4.0	6.0	5.1	7.1	7.6	8.8	8.4
Extra Poma	4.5	5.7	5.5	6.8	7.0	7.5	9.7
Etiqueta Azul	2.1	2.2	2.2	2.4	2.2	2.2	3.0
Subtotal Otras Marcas	10.6	13.9	12.8	16.3	16.8	18.5	21.1
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Total de la Empresa	115.9	104.9	221.7	209.0	189.3	181.6	151.7
% Crecimiento	10.5	—	6.1	10.4	4.2	19.7	—

El volumen de ventas de cajas unidad de los productos de la Empresa aumentó un 10.5% durante el primer semestre de 1993 en comparación al mismo período de 1992, un 6.1% en 1992 en comparación a las cifras de 1991, y un 10.4% en 1991, en comparación a 1990. El volumen de ventas de cajas unidad de refrescos y agua mineral de la Empresa fue de 221.7 millones de cajas unidad en 1992, 209.0 millones en 1991 y 115.9 millones en el primer semestre de 1993. Ver *"Análisis de la Administración sobre la Situación Financiera y los Resultados de Operación —Resultados de Operación"*.

Coca-Cola FEMSA vende actualmente Marcas de Coca-Cola en envases autorizados por The Coca-Cola Company, que incluyen una variedad de botellas retornables y no retornables, tanto de vidrio como de plástico, y también latas. Adicionalmente, la Empresa vende sus productos en contenedores de Post Mix. Las Marcas de Coca-Cola que la Empresa vende enlatadas son actualmente compradas a Industria Envasadora de Querétaro, S.A. de C.V., ("IEQSA"), embotelladora cooperativa en cuyo capital la Empresa tiene una participación del 20%. IEQSA compra un 100% de las latas vacías que requiere a Fábricas Monterrey, S.A. de C.V.. subsidiaria de total propiedad de la empresa de empaques de FEMSA, FEMSA Empaques, S.A. de C.V. Recientemente, Coca-Cola FEMSA fue autorizada para producir Marcas de Coca-Cola enlatadas en el Valle de México y cuenta con el derecho exclusivo para llevar a cabo su distribución.

En el ejercicio 1992, con el fin de cubrir la demanda de nuevas presentaciones de marcas, Coca-Cola FEMSA lanzó al mercado cinco nuevas presentaciones de marcas en 5 regiones diferentes dentro de sus territorios. Si bien son fundamentales para el mantenimiento de la participación de la Empresa en las ventas, la introducción de nuevas presentaciones de marcas tiende a aumentar los costos de operación como resultado de los esfuerzos especiales de venta, la obsolescencia de los artículos que se sustituyen, y, en algunas instancias, los mayores costos de las materias primas requeridas para la nueva presentación. Ver *"Análisis de la Administración sobre la Situación Financiera y los Resultados de Operación"*.

La presentación más popular de los refrescos es la botella de vidrio retornable de tamaño mediano (335 ml/12 onzas), a la que correspondió un 43.6% del volumen total de las ventas de refrescos de la Empresa en 1992. Sin embargo, el reciente crecimiento de la industria del refresco ha estado determinado por el crecimiento del segmento de botellas grandes (1.5 litros) retornables de tereftalato de polietileno ("PET") y otros nuevos envases grandes también retornables. Las ventas de bebidas en nuevas presentaciones tales como la botella de vidrio retornable de 1.25 litros, la botella de vidrio retornable de 0.5 litros y la botella de PET retornable de 1.5 litros, que se incorporaron en el último trimestre de 1991, representaron un 17.9% de las ventas totales de 1992 y un 29.8% de las ventas totales del primer semestre de 1993. La creciente popularidad de las presentaciones de mayor tamaño ha resultado en una correspondiente disminución de la popularidad de las presentaciones de menor tamaño. La popularidad de las presentaciones en botellas de vidrio y PET retornables se debe a su menor precio por onza de bebida para el consumidor y, en el caso de la botella de PET retornable, a la conveniencia de su tapa de rosca y su menor peso. El cambio en las preferencias de las presentaciones de menor tamaño hacia las de mayor tamaño ha resultado en un aumento neto total del volumen de ventas sobre la base de las cajas unidad.

Durante el ejercicio de 1992 aumentaron las ventas de presentaciones en envases no retornables, lo que refleja una mejora en el poder adquisitivo de los consumidores y un mayor énfasis en los nuevos canales de distribución, tales como las máquinas expendedoras. En 1992, las ventas de presentaciones en envases no retornables (excluyendo Post Mix) representaron un 4.0% de las ventas totales. La contribución relativamente pequeña de las latas al volumen total de cajas unidad se debe principalmente al hecho de que el precio al detallista por onza en lata es aproximadamente 2.5 veces superior al precio al detallista por onza en envase retornable. La Administración considera que a medida que aumente el poder adquisitivo de los consumidores mexicanos, las ventas, el volumen y los ingresos asociados a las ventas de refrescos enlatados deberían aumentar.

VALLE DE MEXICO

Volumen en Cajas Unidad por Presentación (Millones de Cajas Unidad)

	Primer Semestre 1993	Primer Semestre 1992	1992	1991	1990
Vidrio					
6.5 oz. retornable	1.3	1.2	2.5	2.4	2.5
12.0 oz. retornable	29.4	30.9	63.2	65.9	58.6
26.0 oz. retornable	24.5	30.4	59.9	73.3	69.3
12.0 oz. no retornable	1.0	0.9	1.8	2.2	2.3
0.5 litros retornable	4.8	0.0	1.2	—	—
1.25 litros retornable	0.0	3.1	4.9	1.7	—
Latas—12.0 oz.	3.4	1.9	4.3	2.8	1.8
PET					
2 litros no retornable	1.1	0.9	2.0	2.2	2.4
1.5 litros retornable	17.3	4.5	17.7	0.8	—
Post Mix	1.8	1.4	2.9	3.0	2.6
Total	84.6	75.2	160.4	154.3	139.5

Composición del Volumen de Cajas Unidad por Presentación

	Primer Semestre 1993	Primer Semestre 1992	1992	1991	1990
Vidrio					
6.5 oz. retornable	1.5%	1.6%	1.6%	1.6%	1.8%
12.0 oz. retornable	34.8	41.1	39.4	42.7	42.0
26.0 oz. retornable	29.0	40.4	37.3	47.5	49.7
12.0 oz. no retornable	1.2	1.2	1.1	1.4	1.7
0.5 litros retornable	5.7	0.0	0.8	—	—
1.25 litros retornable	0.0	4.1	3.0	1.1	—
Latas—12.0 oz.	4.0	2.5	2.7	1.8	1.3
PET					
2 litros no retornable	1.3	1.2	1.3	1.4	1.7
1.5 litros retornable	20.4	6.0	11.0	0.5	—
Post Mix	22.1	1.9	1.8	2.0	1.8
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

SURESTE

Volumen de Cajas Unidad por Presentación (Millones de Cajas Unidad)

	Primer Semestre 1993	Primer Semestre 1992	1992	1991	1990
Vidrio					
6.5 oz. retornable	0.03	0.03	0.05	0.06	0.07
12.0 oz. retornable	14.3	18.0	33.5	38.3	34.8
26.0 oz. retornable	4.1	5.4	11.0	12.7	11.6
12.0 oz. no retornable	0.09	0.07	0.2	0.1	0.1
0.5 litros retornable	5.2	1.5	6.1	3.0	2.9
1.25 litros retornable	6.2	4.2	9.2	—	—

	Primer Semestre 1993	Primer Semestre 1992	1992	1991	1990
Latas—12.0 oz.	0.3	0.2	0.5	0.3	0.1
PET					
2 litros no retornable	0.015	0.013	0.03	0.02	0.01
1.5 litros retornable	1.0	0.2	0.6	—	—
Post Mix	0.10	0.11	0.2	0.2	0.2
Total	31.3	29.7	61.3	54.7	49.8

Composición del Volumen de Cajas Unidad por Presentación

	Primer Semestre 1993	Primer Semestre 1992	1992	1991	1990
Vidrio					
6.5 oz. retornable	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
12.0 oz. retornable	45.7	60.7	54.5	70.0	69.9
26.0 oz. retornable	13.2	18.4	17.9	23.2	23.3
12.0 oz. no retornable	0.3	0.2	0.3	0.2	0.2
0.5 litros retornable	16.6	4.9	10.0	5.5	5.8
1.25 litros retornable	19.8	14.1	15.0	—	—
Latas—12.0 oz.	1.0	0.7	0.7	0.6	0.2
PET					
2 litros no retornable	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0
1.5 litros retornable	3.0	0.5	1.0	—	—
Post Mix	0.3	0.4	0.4	0.4	0.5
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Las ventas de refrescos tienden a ser cíclicas; por tal motivo, las ventas del segundo y el tercer trimestre (meses de primavera y verano) representan volúmenes de venta ligeramente superiores a las ventas del primero y del cuarto trimestres. Así mismo, en el Valle de México el volumen mensual de ventas de diciembre es mayor que el de cualquier otro mes.

Comercialización

En 1992 los gastos de comercialización representaron un 14.3% de los gastos totales por ventas de la Empresa y 3.9% de las ventas netas. Coca-Cola FEMSA basa principalmente la venta de sus productos en la publicidad, las promociones de ventas entre los consumidores y los programas de incentivo, sin alteración de los precios a los detallistas, diseñados todos por la Empresa para alcanzar de manera más eficaz las preferencias particulares de los consumidores de refrescos mexicanos. Los programas de incentivo incluyen el suministro sin cargo o con un cargo muy reducido a los detallistas de equipo de refrigeración para la exhibición y almacenamiento de los refrescos, material gratuito de promoción para los locales de compra y de venta, y también refrescos de obsequio. Las promociones de ventas incluyen el patrocinio de actividades en la comunidad y promociones de ventas entre los consumidores, como por ejemplo concursos, sorteos y obsequios. Por ejemplo, durante el ejercicio 1992 la Empresa patrocinó acontecimientos de gran visibilidad tales como la carrera Grand Prix de Fórmula 1, el Maratón de la Ciudad de México y la elección de Señorita México, y lanzó cuatro importantes campañas de obsequios en las tapas de los refrescos. Asimismo, Coca-Cola FEMSA promociona sus productos en los principales medios de comunicación. Las campañas de publicidad nacionales son determinadas por The Coca-Cola Company sobre la base de información local o regional proporcionada por la Empresa.

El gasto total de la Empresa en publicidad, promociones de ventas y programas de incentivos entre los detallistas alcanzó, en 1992, un total de NPs62.2 millones. Un importe similar fue incurrido por The Coca-Cola Company a través de su filial mexicana en los territorios de la Empresa conforme a lo dispuesto en el presupuesto cooperativo de comercialización. El gasto total de la Empresa en publicidad fue de NPs17.5 millones, lo que representa un 28.1% del total de gastos de comercialización de la Empresa.

Si bien la Empresa considera que The Coca-Cola Company tiene la intención de continuar aportando fondos en cooperación para solventar los gastos de comercialización, The Coca-Cola Company no está obligada a efectuar dichas aportaciones. Ver "*—Contratos de Embotellador*".

Competencia

En México, el segmento de refrescos de la industria de bebidas es sumamente competitivo. Recientemente, los envases y las promociones de ventas entre los consumidores se han unido a los incentivos de servicio y otros no vinculados al precio entre los detallistas como medio principal de competencia entre los embotelladores. La introducción de nuevas presentaciones ha constituido también una importante estrategia competitiva en el sector durante los últimos años. Ver "*—Ventas*".

Los principales competidores de la Empresa son los embotelladores locales de las marcas de PepsiCo y otros embotelladores y distribuidores de marcas nacionales y regionales. El cuadro que se incluye a continuación compara la participación de la Empresa en las ventas con la de los embotelladores de PepsiCo en los territorios del Valle de México y del Sureste durante los períodos indicados, con excepción de las ventas de otros embotelladores.

Valle de México
Participación en las Ventas versus PepsiCo

	La Empresa			Embotelladores dePepsiCo(1)		
Año	Segmento de Bebidas de Cola	Segmento de Sabores	Total	Segmento de Bebidas de Cola	Segmento de Sabores	Total
1988	56.3%	47.1%	55.0%	43.7%	52.9%	45.0%
1989	56.6	51.4	55.9	43.4	48.6	44.1
1990	54.0	50.6	53.5	46.0	49.4	46.5
1991	54.8	50.4	54.3	45.2	49.6	45.7
1992	54.0	42.1	52.5	46.0	57.9	47.5
Junio de 1992	51.7	44.2	50.7	48.3	55.8	49.3
Junio de 1993	56.6	38.3	54.1	43.4	61.7	45.9

(1) Participación total en las ventas: El territorio de la Empresa en el Valle de México incluye dos embotelladoras de PepsiCo.

Sureste
Participación en las Ventas versus PepsiCo

	La Empresa			Embotelladores dePepsiCo(1)		
Año	Segmento de Bebidas de Cola	Segmento de Sabores	Total	Segmento de Bebidas de Cola	Segmento de Sabores	Total
1988	67.1%	70.2%	68.1%	32.9%	29.8%	31.9%
1989	68.3	66.5	67.8	31.7	33.5	32.2
1990	71.8	67.2	70.5	28.2	32.8	29.5
1991	72.8	64.6	70.5	27.2	35.4	29.5
1992	71.7	66.3	70.4	28.3	33.7	29.6
Junio de 1992	70.7	65.9	69.5	29.3	34.1	30.5
Junio de 1993	71.8	61.8	69.1	28.2	38.2	30.9

(1) Participación total en las ventas: El territorio de la Empresa en el Sureste incluye dos embotelladoras de PepsiCo.

El entorno competitivo que enfrenta la Empresa en el territorio del Valle de México es diferente al que rige en el territorio del Sureste debido al mayor número de productores de refrescos que operan en el primero. Además, los embotelladores de PepsiCo y la Empresa ocupan posiciones similares en el mercado del Valle de México en comparación a la del Sureste, donde la Empresa tiene una participación significativamente mayor.

La participación de la Empresa en el total de ventas de bebidas de cola en relación a PepsiCo se redujo temporalmente en junio de 1992, a un 51.7% de un total anual de participación en las ventas del 54.8% en 1991, debido a la introducción de nuevas presentaciones y a una política agresiva de promoción por parte de la competencia de la Empresa, a comienzos del año 1992 y debido a que algunas de las nuevas líneas de embotellado de la Empresa aún no estaban en funcionamiento. Sin embargo, la Empresa ha recuperado significativamente dicha reducción de las ventas en el primer semestre de 1993, debido al éxito de sus nuevas presentaciones en el segundo semestre de 1992 y en el primer semestre de 1993, y en el Valle de México ha alcanzado el 56.6% de las ventas de bebidas de cola al 30 de junio de 1993. En el territorio del Sureste, las ventas de bebidas de cola de la Empresa alcanzaron un 71.8% de las ventas de bebidas de cola al 30 de junio de 1993. En el caso de los refrescos de sabores cuyas ventas representan aproximadamente un 16% de las ventas de los embotelladores de la empresa y de PepsiCo, la Empresa ha perdido parte de su participación en las ventas en relación a PepsiCo.

La Empresa considera que el principal motivo de la reducción de su participación en las ventas de sabores en el Valle de México en 1992 en comparación a los niveles de 1991 se debió a la falta de una variedad de presentaciones de Fanta que pudiera competir con otros productos con sabor a naranja. Coca-Cola FEMSA está preparando el lanzamiento de una promoción agresiva de presentaciones adicionales de Fanta en respuesta a esta necesidad de presentaciones competitivas. La Empresa considera que la reciente disminución del volumen de ventas de Sprite en ambos territorios puede atribuirse a la preferencia general de los consumidores por otros sabores de refrescos.

VALLE DE MEXICO

Porcentaje del Total de Ventas de Refrescos

	Primer Semestre de 1993	Primer Semestre de 1992	1992	1991	1990	1989	1988
Participación de la Empresa en las ventas de Bebidas de Cola	33.7%	30.9%	32.7%	32.0%	30.9%	31.6%	31.6%
Participación de la Empresa en las ventas de Sabores	3.6	3.9	3.8	4.2	4.5	4.8	4.3
Participación total de la Empresa en las ventas ..	37.3%	34.8%	36.5%	36.2%	35.4%	36.4%	35.9%

SURESTE

Porcentaje del Total de Ventas de Refrescos

	Primer Semestre de 1993	Primer Semestre de 1992	1992	1991	1990	1989	1988
Participación de la Empresa en las ventas de Bebidas de Cola	45.4%	45.6%	46.6%	43.9%	42.6%	39.5%	38.1%
Participación de la Empresa en las ventas de Sabores	14.3	13.7	14.1	15.6	15.6	15.8	19.5
Participación total de la Empresa en las ventas ..	59.7%	59.3%	60.7%	59.5%	58.2%	55.3%	57.6%

Entre 1988 y junio de 1993, la participación de la Empresa en las ventas aumentó 1.4 puntos porcentuales con relación a todos los refrescos de la competencia en el Valle de México y 2.1 puntos porcentuales en el Sureste.

Distribución del Producto

La Empresa opera actualmente 18 centros de distribución en el Valle de México y 24 grandes centros de distribución en el Sureste. Los centros de distribución varían entre grandes instalaciones de almacenamiento y llenado y pequeños centros de depósito. En total, la Empresa opera 38 centros de distribución en el Valle de México y 41 centros de distribución en el territorio del Sureste. La Empresa hace uso de aproximadamente 1,810 camiones que cubren unas 1,610 rutas de ventas. Más de 75,000 detallistas en el Valle de México y aproximadamente 71,000 detallistas en el Sureste venden los productos de la Empresa. Además de la flota de camiones de la Empresa, en ciertos puntos del centro de Ciudad de México los productos se distribuyen a través de una flota de carros eléctricos y camiones manuales con el fin de cumplir las reglamentaciones de tránsito y ambientales locales. Los camiones de la Empresa realizan un promedio de entre 3 y 2.8 visitas por semana a cada detallista de los territorios del Valle de México y del Sureste respectivamente. La capacidad de la Empresa de efectuar varias visitas por semana es un elemento competitivo de importancia, pues permite que los detallistas tengan menores requisitos de capital de trabajo. Las ventas promedio son de aproximadamente 14.0 cajas unidad por visita en el Valle de México y de aproximadamente 8.2 cajas unidad por visita en el Sureste.

La flota de la Empresa, que incluye aproximadamente 1,810 camiones, tiene un promedio de 8.3 años de antigüedad. Anticipándose a los reglamentos ambientales, la Empresa ha planeado la sustitución de 981 camiones entre 1993 y 1997 conforme al programa de sustitución de camiones aprobado por el gobierno de México. Ver *"Análisis de la Administración sobre la Situación Financiera y los Resultados de Operación—Liquidez y Recursos de Capital—Recursos de Capital"*.

El servicio y la frecuencia de las entregas son elementos esenciales para lograr un sistema eficiente de distribución de los refrescos. Recientemente la Empresa ha implementado un sistema de preventa que se aplica en las ventas a supermercados en el Valle de México y en algunas regiones del territorio del Sureste. Normalmente, los conductores de los camiones de la Empresa venden y entregan los productos a lo largo de las rutas de venta que se les han asignado. El programa de preventa separa las dos funciones, haciendo que el personal especializado venda los productos previo a su entrega, lo que permite que los camiones se carguen con una mezcla adecuada de productos y aumente la eficiencia de la distribución. Conforme al programa de preventa, los vendedores también prestan servicios de comercialización durante sus visitas a los detallistas, mejorando así la presentación de los productos de la Empresa en los locales de venta. La Administración espera que el programa de preventa se amplíe en el futuro para dar cobertura a otros detallistas.

La Empresa ha implementado un programa de control de calidad para la generación y seguimiento de ciertos indicadores esenciales de control de calidad tales como: carbonatación, concentración de azúcar, cantidad de concentrado, seguridad del sellado hermético, altura del líquido dentro de la botella o lata, y apariencia de la botella retornable. Los indicadores de desempeño de las plantas de Coca-Cola FEMSA superan el promedio nacional de todos los embotelladores de Coca-Cola de México.

Propiedades, Planta y Equipo

Actualmente la Empresa es propietaria de ocho plantas de embotellado con una capacidad total instalada de 186.9 millones de cajas unidad por año en el territorio del Valle de México y cinco plantas embotelladoras con una capacidad total instalada de 76.1 millones de cajas unidad por año en el territorio del Sureste. La Empresa ha realizado inversiones para aumentar la capacidad de embotellado anual de sus plantas y producir nuevas presentaciones. En particular, se construyeron las plantas de Los Reyes y Juchitán y se remodelaron las plantas de Oaxaca y Minatitlán incorporando líneas de producción para el embotellado de diversas presentaciones de gran tamaño. Actualmente la planta de Delmist está cerrada por estarse realizando reformas para el embotellado de presentaciones no retornables de vidrio y retornables de PET. Asimismo, las plantas remodeladas tienen capacidad para cambiar de la producción de una presentación a otra. Ver el mapa que se incluye en *"Descripción del Negocio—Antecedentes de la Empresa"*.

La Empresa es propietaria de 10 centros de distribución y arrendataria de los 8 restantes que opera en el Valle de México. En el territorio del Sureste es propietaria de 8 y arrendataria de los 16 restantes centros de distribución. La Empresa es propietaria de una y arrendataria de siete de sus ocho estaciones de recarga en el Valle de México, en tanto es propietaria de uno y arrendataria de once de las doce mini bodegas que opera en el Valle de México. La Empresa, es arrendataria de los 17 pequeños almacenes de depósito que opera en el Sureste.

RESUMEN DE INSTALACIONES EN EL VALLE DE MEXICO

Planta Embotelladora	Capacidad Anual (Millones de Cajas Unidad)	Utilización en 1992	Vida Util Remanente Estimada (Años)
Cedro	30.8	82%	15
Tlalnepantla	29.5	86	15
Delmist (1)	15.2	85	24
Tlalpan	24.5	83	15
Viga	14.1	80	16
Junasa	8.4	82	13
Gore	19.0	86	18
Los Reyes	45.4	86	24
Total	186.9	84%	

RESUMEN DE INSTALACIONES EN EL SURESTE

Planta Embotelladora	Capacidad Anual (Millones de Cajas Unidad)	Utilización en 1992	Vida Util Remanente Estimada (Años)
Villahermosa	22.2	70%	14
Minatitlán	25.5	72	24
San Cristóbal	7.3	73	14
Oaxaca	8.6	73	14
Juchitán	12.5	85	24
Total	76.1	72%	

(1) Se espera que una capacidad adicional de 32.3 millones de cajas unidad esté en funcionamiento a fines de 1993.

Como resultado de los altos costos de transporte asociados al terreno montañoso, las grandes distancias y la gran superficie del territorio del Sureste, la Empresa ha decidido contar, en este territorio, con más plantas de embotellado que las que requerirían los volúmenes de ventas. Dado que cada una de estas plantas sirve a una región diferente, cada una de ellas debe tener flexibilidad para producir todos los productos y presentaciones. Estos dos factores explican el menor porcentaje de utilización de las plantas del territorio del Sureste en comparación a las del Valle de México.

Sustancialmente todos los bienes y activos de la Empresa están ubicados en México. Al 31 de diciembre de 1992 el valor contable neto de la propiedad, plantas y equipos de la Empresa ascendía aproximadamente a NPs941 millones.

RESUMEN DE PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO
(al 31 de diciembre de 1992)

	Valor Contable (Millones de Nuevos Pesos)	% de la Empresa
Equipos e instalaciones de producción	NPs669	71.1%
Equipos e instalaciones de distribución	256	27.2
Otros	16	1.7
Total	NPs941	100.0%

Materia Prima

De conformidad con lo dispuesto en los Contratos de Embotellador suscritos con The Coca-Cola Company, Coca-Cola FEMSA debe comprar el concentrado para todas las Marcas de Coca-Cola a una empresa indicada por The Coca-Cola Company. El factor del precio del concentrado de todas las Marcas de Coca-Cola se fijó para 1993 y 1994, con excepción de Fanta, en cuyo caso el precio rige por el período 1993-1998, a niveles 0.65 puntos porcentuales por encima de los vigentes al término del ejercicio 1992.

Además de los concentrados que la Empresa puede comprar solamente a The Coca-Cola Company y a otras empresas fabricantes de refrescos (lo que incluye los concentrados comprados a Cadbury Schweppes PLC para la producción de Extra Poma) para su uso en la producción de sus respectivos refrescos, la Empresa compra endulzantes, dióxido de carbono, botellas de vidrio y de plástico, latas, tapas, contenedores de Post Mix y otros materiales de empaque. Las botellas de vidrio, tapas, cajas de plástico, charola de cartón, refrigeradores comerciales y algunos lubricantes y detergentes para las líneas de embotellado se compran a precios competitivos a subsidiarias de FEMSA. Ver "*—Transacciones con Terceros Vinculados a la Empresa*". La Empresa compra las botellas de PET a Continental PET Technologies de México, S.A. de C.V., subsidiaria de Continental Can, Inc., que es el proveedor exclusivo de botellas PET de The Coca-Cola Company y sus embotelladoras en todo el mundo. Los Contratos de Embotellador suscritos con The Coca-Cola Company disponen que, con respecto a las Marcas de Coca-Cola, todos los envases, tapas, cajas, cajas de cartón, y etiquetas sólo podrán comprarse a fabricantes aprobados por The Coca-Cola Company.

El agua se extrae de pozos subterráneos de conformidad con permisos otorgados por el gobierno de México de los que son titulares diversas subsidiarias de Coca-Cola FEMSA. Asimismo, se dispone del agua de los municipios en que cada una de las plantas embotelladoras está situada. En 1992 el gobierno de México adoptó la Ley de Aguas Nacionales, por la que se creó la Comisión Nacional del Agua, que está encargada de la supervisión del sistema de utilización del agua. La ley contempla el otorgamiento de concesiones para el uso de pozos de agua; sin embargo, no se han publicado aún las reglamentaciones para el otorgamiento de dichas concesiones. Conforme a los términos de una reglamentación provisoria, la utilización de los pozos por parte de los titulares actuales de permisos no se verá afectada durante los próximos diez años. La Administración considera que dichas fuentes brindan una cantidad suficiente de agua como para cubrir las necesidades actuales y proyectadas de la Empresa. El gas de dióxido de carbono se obtiene de diversas fuentes internas.

Las embotelladoras que son subsidiarias de Coca-Cola FEMSA compran azúcar a Promotora Mexicana de Embotelladoras, S.A. de C.V., ("PROMESA"), cooperativa de embotelladores de Coca-Cola, con base en contratos a un año suscritos entre PROMESA y las subsidiarias para la venta de azúcar a un precio que se determina en forma mensual según el costo del azúcar para PROMESA. Los contratos incluyen como referencia las disposiciones estándar del sector en materia de calidad y entrega del producto. Actualmente el azúcar no está sujeta a un control regulador del precio. El azúcar puede adquirirse de productores mexicanos o a través de compras en el mercado internacional. Actualmente las importaciones de azúcar están sujetas a derechos de importación cuyo monto es fijado mensualmente por el gobierno. Los aumentos del precio del azúcar, incluyendo los que podrían ocurrir en caso de que se incrementen los derechos de importación o de

que se apliquen limitaciones a la importación de azúcar, aumentarán el costo de ventas de la Empresa y afectarán negativamente las utilidades netas en la medida en que la Empresa no logre trasladar el importe total de tales aumentos al consumidor. El costo del azúcar para la Empresa ha aumentado un 4.6% en términos nominales en 1992 con respecto a 1991. No existe certeza de que no se apliquen restricciones a las importaciones de azúcar ni de que los derechos de importación del producto mantengan sus niveles históricos, ni tampoco de que no vaya a aumentar el precio del azúcar en el futuro. Actualmente la Administración está en proceso de instalar capacidad de producción para el procesamiento de azúcar morena y concentrado de alta fructosa para sustituir aproximadamente un 30% de los requisitos actuales de azúcar refinada de la Empresa. La Administración espera que esto habrá de generar una reducción en el costo del azúcar de entre un 10 y un 15 por ciento. Los demás endulzantes, tales como el aspartame, se compran a otros proveedores tales como The NutraSweet Company.

Actualmente no hay escasez en la oferta de ninguno de los materiales o insumos utilizados por Coca-Cola FEMSA, si bien la oferta de ciertos materiales específicos podría verse afectada por huelgas, condiciones climáticas, controles gubernamentales o situaciones de emergencia nacional.

Contratos de Embotellador

Los Contratos de Embotellador son contratos estándar que The Coca-Cola Company suscribe con los embotelladores fuera de los Estados Unidos para la venta de concentrados destinados a la elaboración de ciertos refrescos de The Coca-Cola Company. Coca-Cola FEMSA produce, envasa, distribuye y vende refrescos en sus territorios de conformidad con dos Contratos de Embotellador celebrados entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company con fecha 21 de junio de 1993. Uno de los Contratos de Embotellador rige en el territorio del Valle de México y el otro se aplica en el territorio del Sureste. Los Contratos de Embotellador modificaron y sustituyeron a anteriores contratos de embotellador suscritos entre algunas subsidiarias de Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company, y contienen sustancialmente los mismos términos y condiciones que dichos contratos. Los Contratos de Embotellador disponen que Coca-Cola FEMSA comprará la totalidad de sus requerimientos de concentrado para la producción de las Marcas de Coca-Cola a The Coca-Cola Company y a otros proveedores autorizados a los precios y según los términos y condiciones de pago y suministro que determine de tiempo en tiempo The Coca-Cola Company a su entera discreción. Si bien el factor porcentual utilizado para calcular el costo del concentrado que se cobra a Coca-Cola FEMSA es fijado por The Coca-Cola Company a su entera discreción, la Empresa fija a su discreción el precio de los productos vendidos a los detallistas, sujeto a la aplicabilidad de los controles de precios. Coca-Cola FEMSA tiene el derecho exclusivo de distribuir las Marcas de Coca-Cola para la venta en sus territorios en envases autorizados de la naturaleza prescrita en los Contratos de Embotellador y actualmente utilizados por Coca-Cola FEMSA. Estos envases incluyen diversas configuraciones de latas y botellas retornables y no retornables (vidrio y PET). Ver "*—Ventas*".

Los Contratos de Embotellador incluyen un reconocimiento por parte de Coca-Cola FEMSA de que The Coca-Cola Company es la única propietaria de las Marcas de Coca-Cola y de las fórmulas secretas con las que The Coca-Cola Company fabrica el concentrado con el que se elaboran las Marcas de Coca-Cola. Con apego al derecho exclusivo de Coca-Cola FEMSA de distribuir las Marcas de Coca-Cola en sus territorios, The Coca-Cola Company se reserva el derecho de importar y exportar a y de México Marcas de Coca-Cola . Los Contratos de Embotellador no incluyen restricciones a la libertad de The Coca-Cola Company para fijar el precio del concentrado que se cobra a los embotelladores y no imponen obligaciones mínimas de venta a The Coca-Cola Company. Los precios a los que Coca-Cola FEMSA compra el concentrado de conformidad con los Contratos de Embotellador pueden variar sustancialmente de sus niveles históricos, incluso durante los períodos cubiertos por la información financiera que Coca-Cola FEMSA incluyó en el presente Prospecto. Sin embargo, de conformidad con los Estatutos Sociales de la Empresa y con el Contrato de Asociación, una acción adversa por parte de The Coca-Cola Company de conformidad con cualquiera de los Contratos de Embotellador puede resultar en una suspensión de ciertos derechos de veto de los Consejeros designados por The Coca-Cola Company a través de Inmex ("Consejeros Serie D"). Ver "*Accionistas Principales y Vendedores—Contrato de Asociación*".

The Coca-Cola Company puede a su entera discreción reformular cualquiera de las marcas de Coca-Cola o dejar de producir cualquiera de ellas con apego a ciertas limitaciones y siempre y cuando no se dejen de producir todas las marcas de Coca-Cola. The Coca-Cola Company puede también introducir nuevas bebidas en los territorios de la Empresa, y en tal caso y con respecto a algunas de dichas bebidas, Coca-Cola FEMSA tendrá, de conformidad con los Convenios Complementarios que se analizan más adelante, un derecho de preferencia para la fabricación, envase, distribución y venta de dichas nuevas bebidas con las mismas obligaciones existentes a la fecha con respecto a las marcas de Coca-Cola de conformidad con los Contratos de Embotellador. Coca-Cola FEMSA no puede producir ni manejar otras bebidas de cola que no sean las de The Coca-Cola Company, ni otros productos o envases ("productos imitativos") que imiten, infrinjan o causen confusiones con relación a los productos, apariencia, envases o marcas de The Coca-Cola Company, ni adquirir ni ser titular de derechos en una empresa de terceros que desarrolle estas actividades. Los Contratos de Embotellador prohíben que Coca-Cola FEMSA embotelle refrescos, salvo con autorización o consentimiento de The Coca-Cola Company. Los Contratos de Embotellador también imponen restricciones correspondientes a la utilización de ciertas marcas, envases, embalajes y etiquetas autorizadas de The Coca-Cola Company con el fin de que se cumplan las políticas fijadas por The Coca-Cola Company.

Coca-Cola FEMSA debe mantener las plantas y equipos, el personal y las instalaciones de distribución que sean necesarios para la fabricación, envase y distribución de las marcas de Coca-Cola en envases autorizados de conformidad con los Contratos de Embotellador y en cantidades suficientes que satisfagan plenamente la demanda de dichas bebidas en envases autorizados en sus territorios; debe adoptar las medidas adecuadas de control de calidad que prescribe The Coca-Cola Company; debe desarrollar, estimular y satisfacer plenamente la demanda de marcas de Coca-Cola y utilizar todos los medios aprobados y destinar a publicidad y otras formas de promoción de las ventas los fondos que puedan ser razonablemente necesarios para cumplir dicho objetivo; debe mantener una situación financiera solvente según pueda ser razonablemente necesario para asegurar el cumplimiento por parte de Coca-Cola FEMSA y de sus filiales de sus obligaciones para con The Coca-Cola Company. Los Contratos de Embotellador requieren que Coca-Cola FEMSA presente anualmente sus planes a The Coca-Cola Company incluyendo, entre otros, los planes de ventas, administración, promoción y publicidad para el ejercicio siguiente.

The Coca-Cola Company no tiene obligación de participar conjuntamente con Coca-Cola FEMSA en los gastos de publicidad y promoción de ventas, pero puede, a su entera discreción, contribuir a dichos gastos y realizar actividades independientes de publicidad y promoción de ventas así como programas cooperativos de publicidad y ventas que puedan requerir la cooperación y el respaldo de Coca-Cola FEMSA. Durante los últimos tres ejercicios terminados en 1992, The Coca-Cola Company, a través de su filial mexicana, ha aportado aproximadamente la mitad de los gastos de la Empresa en publicidad y comercialización. Si bien la Empresa considera que The Coca-Cola Company tiene la intención de continuar aportando fondos para la publicidad, de conformidad con los Contratos de Embotellador, ésta no esta obligada a hacerlo. En consecuencia, los niveles futuros de publicidad y respaldo a la promoción de ventas ofrecidos por The Coca-Cola Company pueden variar sustancialmente de los niveles históricos del pasado, incluso durante los períodos cubiertos por la información financiera de Coca-Cola FEMSA que se incluye en el presente Prospecto. Ver *"Accionistas Principales y Vendedores—Contrato de Asociación"*.

Los Contratos de Embotellador rigen durante un plazo de diez años y vencerán el día 30 de junio del año 2003. Los Contratos de Embotellador son renovables automáticamente por períodos subsiguientes de la misma duración, sujeto a la no renovación por cualquiera de las partes Contratantes mediante notificación a su contraparte. Los Contratos de Embotellador están sujetos a rescisión por parte de The Coca-Cola Company en caso de incumplimiento por parte de Coca-Cola FEMSA. Los eventos de incumplimiento previstos en relación con Coca-Cola FEMSA incluyen: (1) insolvencia, quiebra, disolución, liquidación o situación similar; (2) cualquier cambio en la propiedad o control de la Empresa, en la medida en que la Empresa tenga control legal en dicha enajenación, sin el previo consentimiento por escrito de The Coca-Cola Company; y (3) cualquier incumplimiento sustancial de cualquier obligación contractual por parte de Coca-Cola FEMSA que no sea resuelto dentro de un plazo de 60 días a partir de notificación emitida por

The Coca-Cola Company. Coca-Cola FEMSA no podrá ceder, transferir ni afectar en prenda voluntaria o involuntariamente ni por aplicación de la ley los Contratos de Embotellador ni ningún otro derecho sobre los mismos sin el previo consentimiento de The Coca-Cola Company.

Las causas de incumplimiento que limitan el cambio en la propiedad o control de Coca-Cola FEMSA y la cesión o transferencia de los Contratos de Embotellador están diseñadas para a impedir que una persona no aceptable para The Coca-Cola Company pueda obtener en cesión un Contrato de Embotellador o adquirir Coca-Cola FEMSA, y son independientes de los derechos similares de Inmex establecidos en el Contrato de Asociación. Estas disposiciones pueden impedir que se produzcan cambios en la propiedad del capital social de Coca-Cola FEMSA, incluyendo fusiones o adquisiciones que impliquen la venta o enajenación del capital social de Coca-Cola FEMSA, sin el consentimiento de The Coca-Cola Company.

Los Contratos de Embotellador fueron negociados entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company cuando Coca-Cola FEMSA era todavía subsidiaria de total propiedad de FEMSA pero simultáneamente a las negociaciones para la compra por parte de The Coca-Cola Company de una participación en Coca-Cola FEMSA; las disposiciones de estos contratos fueron sin embargo el resultado de negociaciones llevadas a cabo de manera independiente.

Además de los Contratos de Embotellador, con fecha 21 de junio de 1993 Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company celebraron dos convenios complementarios ("Convenios Complementarios") que esclarecen y amplían ciertas cláusulas de los Contratos de Embotellador. Entre otras cosas, los Convenios Complementarios especifican que Coca-Cola FEMSA tiene un derecho de preferencia con respecto a la producción y distribución de algunos nuevos productos de The Coca-Cola Company en los dos territorios, y detallan el cálculo de ciertos pagos aplicables frente a ciertos eventos de incumplimiento. Los Convenios Complementarios describen ciertos derechos de preferencia de The Coca-Cola Company en caso de rescisión de cualquiera de los Contratos de Embotellador y establecen detalles de los procedimientos para la notificación y comunicaciones relativas a cláusulas específicas de los Contratos de Embotellador. Los Convenios Complementarios disponen también que The Coca-Cola Company puede autorizar a otros distribuidores de concentrado de Post Mix para que operen en los dos territorios y que reembolsará a Coca-Cola FEMSA los costos de la documentación relativa a las acciones instauradas para proteger ciertas marcas de The Coca-Cola Company.

The Coca-Cola Company ha convenido en aportar un porcentaje específico de las inversiones que la Empresa realice entre 1993 y 1995 en conexión con ciertas propuestas de líneas de embotellado y camiones.

Aspectos Legales

Ni la Empresa ni ninguna de sus subsidiarias es parte en ninguna acción legal o arbitraje de importancia y la Empresa no tiene conocimiento de ninguna acción legal o demanda pendiente o potencial de importancia contra la Empresa o cualquiera de sus subsidiarias.

Personal

Al 30 de junio de 1993, Coca-Cola FEMSA contaba con aproximadamente 11,730 empleados, de entre los cuales aproximadamente un 28.8% trabaja en la producción de bebidas, un 60.3% en distribución y un 10.9% en tareas administrativas y en otras áreas. Los contratos colectivos de trabajo se negocian anualmente con siete sindicatos que representan a aproximadamente 8,400 empleados sindicalizados. En los últimos años han participado en estas negociaciones colectivas representantes del gobierno de México. Si bien la Administración espera que dicha participación habrá de cesar luego del vencimiento del presente plan de estabilización económica, no espera que la falta de participación gubernamental vaya a tener un impacto significativo en el resultado de dichas negociaciones. Adicionalmente, las negociaciones futuras pueden estar sujetas al Acuerdo Nacional para la Productividad, en virtud del cual los salarios deberían estar vinculados a la productividad. Coca-Cola FEMSA considera que sus relaciones con sus trabajadores son generalmente buenas.

Transacciones con Terceros Vinculados a la Empresa

La Empresa participa en forma regular en transacciones con FEMSA, The Coca-Cola Company y sus filiales.

Las compras de Coca-Cola FEMSA a la División Empaques de FEMSA incluyen actualmente los siguientes productos:

	Materiales Suministrados por FEMSA(1992)(1)			
	Valle de México		Sureste	
Producto	% de los Requerimientos	NPs (miles)	% de los Requerimientos	NPs (miles)
Hermetapas	100	25,952	82	9,981
Refrigeradores comerciales	70	6,792	65	3,057
Lubricantes y detergentes	100	326	—	—
Cajas de plástico	100	15,483	96	14,879

(1) A partir del mes de abril de 1993, con la aprobación de The Coca-Cola Company, FEMSA ha suministrado virtualmente todas las botellas de vidrio retornables requeridas por Coca-Cola FEMSA. Los productos enlatados se compran a IEQSA, que a su vez compra las latas vacías a Fábricas Monterrey, S.A. de C.V., subsidiaria indirecta de FEMSA.

De conformidad con dos contratos de suministro celebrados con las empresas que conforman la división empaques de FEMSA, FEMSA Empaques, S.A. de C.V. y Operadora Maresa, S.A. de C.V., los materiales de empaque y otros suministros similares se comprarán a dichas empresas. La Administración considera que las prácticas aplicadas por la Empresa en sus compras permiten obtener precios comparables a los que obtendrían a través de negociaciones independientes. Estos contratos formalizan prácticas ya aplicadas en el pasado en relación con la venta de materiales de empaque.

FEMSA Servicios, S.A. de C.V. ("FEMSA Servicios"), subsidiaria de total propiedad de FEMSA, y la Empresa han celebrado un contrato de servicios en virtud del cual FEMSA Servicios prestará servicios administrativos y financieros, incluyendo servicios de administración de tesorería y de asesoramiento fiscal y legal durante un período de al menos un año, cancelables a partir de entonces por cualquiera de las partes, así como ciertos servicios administrativos limitados en el período durante el cual FEMSA integre la asociación en participación, en cada caso de conformidad con términos que la Empresa considera comercialmente razonables.

La Empresa está asegurada principalmente dentro de la cobertura de las pólizas de seguro de FEMSA, contratadas con Seguros Monterrey, S.A., que fueron adquiridas en virtud de un proceso de licitación competitiva. Esta cobertura incluye pólizas contra todo riesgo, responsabilidad general y robo, así como seguro de vida de todos los empleados y seguro de gastos médicos para algunos empleados elegibles. Adicionalmente, la Empresa está cubierta contra responsabilidad civil derivada de accidentes vehiculares. La Administración considera que este acuerdo ofrece a Coca-Cola FEMSA una cobertura adecuada a primas comercialmente razonables. Las fianzas de fidelidad se compran a Fianzas Monterrey, S.A. y los servicios financieros los prestan Grupo Financiero Bancomer, S.A de C.V., y Valores de Monterrey, S.A., en cada caso en virtud de negociaciones independientes. Estas empresas así como Seguros Monterrey, S.A. y Fianzas Monterrey, S.A. son filiales de Coca-Cola FEMSA.

La Empresa y The Coca-Cola Company pagan y se reembolsan mutuamente los gastos de comercialización de conformidad con un contrato de cooperación en la comercialización. Adicionalmente, The Coca-Cola Company ha efectuado pagos a la Empresa en conexión con ciertas inversiones y la Empresa compra todos sus requisitos de concentrado para la fabricación de las Marcas de Coca-Cola a The Coca-Cola Company.

REGULACIONES

Controles de Precio

Con anterioridad al mes de noviembre de 1992 las presentaciones en botellas de vidrio retornables de 12 y 26 onzas de la Empresa, a las que correspondió aproximadamente un 75.6% del volumen de ventas de cajas unidad en 1992, estaban sujetas a controles gubernamentales de precios. A partir de noviembre de 1992, estas presentaciones han estado sujetas a restricciones voluntarias de precios. Los aumentos de precios de dichas presentaciones se negociaron entre el gobierno y Asociación Nacional de Productores de Aguas Envasadas, A.C. sobre la base de un acuerdo suscrito entre el gobierno de México y la Asociación Nacional de Productores de Aguas Envasadas, se espera que a partir del 1 de enero de 1994, los embotelladores mexicanos estarán en libertad de fijar los precios de todas las presentaciones sin participación del gobierno.

El día 20 de noviembre de 1992, el gobierno de México autorizó un aumento nominal promedio del 16% al precio de los refrescos vendidos en el territorio del Valle de México. Adicionalmente, en febrero de 1993, se aplicó un aumento nominal promedio de precios del 17.4% en el territorio del Sureste. En noviembre de 1991, los precios nominales de los refrescos aumentaron aproximadamente un 24% en el Valle de México y un 18% en el Sureste. Más aún, en noviembre de 1991, se redujo el impuesto al valor agregado aplicado en México de un 15% a un 10% y en el mes de noviembre de 1990, el gobierno de México eliminó un impuesto al consumo del 15.7%. En ambos casos, la reducción del nivel fiscal operó como aumento efectivo de precios para la industria, en la medida en que los precios cobrados por Coca-Cola FEMSA no se redujeron en línea con la reducción de dichos impuestos. Ver *"Descripción del Negocio—El Mercado Mexicano de los Refrescos—Reglamentación Gubernamental"* y *"Análisis de la Administración sobre la Situación Financiera y los Resultados de Operación—Resultados de Operación—Total de Ingresos y Ventas Netas"*.

Asuntos Ambientales

Las operaciones y productos de la Empresa están sujetos a las leyes y reglamentos federales y estatales de México que se han aprobado con el fin de proteger el medio ambiente. En respuesta a las reglamentaciones ambientales que se refieren al agua, la Empresa contempla dentro de sus planes la instalación de plantas de tratamiento de agua para el drenaje de líquidos en todas sus plantas de embotellado, con la excepción de dos de ellas, durante los próximos cuatro años, y está sujeta a restricciones mínimas en cuanto a la utilización de camiones para la entrega de productos en ciertas áreas de la Ciudad de México. Adicionalmente, la Empresa ha implementado programas destinados a facilitar el cumplimiento de los niveles de aire, agua, sólidos, ruido y energía establecidos en las normas federales y estatales vigentes en México. En tal sentido se incluye un programa para sustituir los camiones antiguos así como planes para instalar convertidores catalíticos en los camiones una vez que el gobierno haya aprobado un convertidor tipo. La Administración espera que las reglamentaciones ambientales serán cada vez más estrictas en el futuro inmediato, lo que seguramente generará un aumento de los costos de la Empresa. Ver *"Descripción del Negocio—Distribución del Producto"*.

Reciente Legislación Antimonopólica Mexicana

Recientemente, el Congreso mexicano ha aprobado la Ley Federal de Competencia Económica ("Ley Antimonopólica"), que se publicó en el Diario Oficial de la Federación el día 24 de diciembre de 1992. La Ley Antimonopólica, que entró en vigencia el día 22 de junio de 1993, regula los monopolios y las prácticas comerciales monopólicas y exige al gobierno mexicano la aprobación de ciertas fusiones y adquisiciones. Si bien el efecto práctico de la Ley Antimonopólica es todavía incierto, es posible que someta las actividades de ciertas empresas mexicanas, entre las que se incluyen Coca-Cola FEMSA y sus subsidiarias, a un control regulador más estricto de sus actividades, incluyendo sus futuras transacciones de fusión y adquisición.

Protección de Marcas Registradas

La legislación mexicana relativa a los derechos y protección de las marcas registradas forma parte de la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial ("Ley de la Propiedad Industrial"). De acuerdo

con sus términos, el derecho exclusivo de utilizar una marca se otorga una vez registrada la misma ante la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, y dicho registro de marca se mantiene vigente por un período de diez años a partir de la fecha de presentación de la solicitud correspondiente, a menos que se deje de utilizar el registro de marca correspondiente durante tres años sucesivos. Los registros de marcas pueden renovarse por períodos sucesivos de diez años. La Ley de la Propiedad Industrial dispone la protección de las marcas a través de procedimientos administrativos que pueden entablarse para demandar la nulidad, vencimiento o cancelación de un registro de marca, y prevé la aplicación de sanciones administrativas y penales en caso de uso ilegal de marcas, sin perjuicio del derecho de la parte afectada a obtener una indemnización por la pérdida de utilidades y por daños y perjuicios a través de procedimientos civiles.

ADMINISTRACION

Consejeros

La administración de las actividades de la Empresa ha sido confiada a un Consejo de Administración. El Presidente del Consejo de Administración es el Sr. Eugenio Garza Lagüera. Los Estatutos Sociales disponen que el Consejo de Administración estará compuesto por al menos dieciséis Consejeros propietarios elegidos por la asamblea general ordinaria anual de Accionistas quienes actuarán por un período renovable de un año. Actualmente, el Consejo de Administración de la Empresa comprende dieciséis Consejeros propietarios y diez Consejeros suplentes. Los Consejeros son elegidos como se indica a continuación: once Consejeros propietarios y seis Consejeros suplentes son elegidos por los tenedores de las Acciones Serie A ("Accionistas Serie A"), votando en asamblea especial; cuatro Consejeros propietarios y hasta cuatro Consejeros suplentes son elegidos por los tenedores de las Acciones Serie D ("Accionistas Serie D"), votando en asemblea especial; y un Consejero propietario y un Consejero suplente son elegidos por los tenedores de las Acciones Serie L ("Accionistas Serie L"), votando en asamblea especial. Los Consejeros solamente podrán ser elegidos por una mayoría de los Accionistas de la serie correspondiente representados en la asamblea especial de Accionistas, y no por una pluralidad de entre los presentes. Los tenedores de Acciones de cualquier serie de la Empresa que no hayan votado en favor de los Consejeros elegidos por los tenedores de una mayoría de Acciones de la serie respectiva tendrán el derecho, en forma independiente o en grupos de Accionistas de cualquiera de las series, a elegir un Consejero propietario adicional y su correspondiente Consejero suplente por cada 10% del capital social total de la Empresa. Estos Consejeros propietarios y Consejeros suplentes se agregarán a los elegidos por los tenedores de Acciones de las Series A, D y L.

De conformidad con los Estatutos Sociales de la Empresa, cualquier Consejero suplente que asista a cualquier reunión debidamente convocada de la que esté ausente cualquier Consejero elegido por los tenedores de la misma serie de Acciones podrá asumir las funciones del Consejero ausente en el orden que se establece a continuación.

Los cargos de Consejeros propietarios, Consejeros suplentes, Secretario propietario y Secretario suplente del Consejo de Administración son actualmente ocupados por las siguientes personas:

Consejo de Administración

	Antigüedad como Consejero propietario o Consejero suplente	Antigüedad(3) en la Empresa
Consejeros propietarios designados por los Accionistas Serie A:		
Eugenio Garza Lagüera	*	45
Othón Ruiz Montemayor	*	28
Juan Carlos Braniff Hierro(1)	*	5
José Antonio Fernández Carbajal(1)	*	5
Ricardo Guajardo Touché	*	20
Alfredo Martínez Urdal	*	*
Alfredo Livas Cantú	*	15
Pedro Luis Durán Gómez	*	19
Guillermo de Zamacona	*	53
Federico Reyes García	*	3
Javier Fernández Carbajal(2)	*	12
Consejeros propietarios designados por los Accionistas Serie D:		
Harold T. Circuit	*	25
E. Neville Isdell	*	25

	Antigüedad como Consejero propietario o Consejero suplente	Antigüedad(3) en la Empresa
Consejeros propietarios designados por los Accionistas Serie D:		
Weldon H. Johnson	*	29
Jack L. Stahl	*	14
Consejero propietario designado por los Accionistas Serie L:		
Alexis Rovzar	*	*
Consejeros suplentes designados por los Accionistas Serie A:		
Héctor J. Treviño Gutiérrez	*	12
Javier Astaburuaga Sanjines	*	11
José González Ornelas	*	20
Héctor Rangel Domene	*	2
Hernán Miguel García	*	14
Diego Foyo Mejía	*	18
Consejeros suplentes designados por los Accionistas Serie D:		
Lawrence R. Cowart	*	25
Joseph R. Gladden, Jr.	*	8
Douglas N. Daft	*	23
Consejero suplente designado por los Accionistas Serie L:		
Fernando Pardo	*	*
Secretarios:		
Carlos Aldrete Ancira	*	14
Héctor Lazo Hinojosa (suplente)	*	48

(1) Yerno de Eugenio Garza Lagüera

(2) Hermano de José Antonio Fernández Carbajal

(3) Antigüedad en FEMSA, sus predecesoras o filiales en el caso de los Consejeros propietarios Serie A y sus suplentes, o en The Coca-Cola Company o sus filiales en el caso de los Consejeros propietarios Serie D y sus suplentes.

* Menos de un año.

Los Estatutos Sociales de la Empresa disponen que el Consejo de Administración deberá reunirse al menos cuatro veces por año. Las resoluciones del Consejo de Administración deberán ser aprobadas por lo menos por una mayoría de los Consejeros presentes que emitan su voto, las que (excepción hecha de algunas circunstancias específicas) deberán incluir al menos a dos Consejeros elegidos por los Accionistas Serie D. Ver *"Accionistas Principales y Vendedores—Contrato de Asociación"*. Las situaciones irreconciliables o la imposibilidad de lograr quórum en una reunión del Consejo de Administración, darán lugar a la aplicación de los procedimientos para la solución de diferencias irreconciliables, con las consecuencias que se indican en *"Accionistas Principales y Vendedores—Contrato de Asociación"*.

Comisarios

Actualmente la Empresa tiene dos Comisarios, uno elegido por los Accionistas Serie A y uno por los Accionistas Serie D, y dos Comisarios suplentes, uno elegido por los Accionistas Serie A y uno por los Accionistas Serie D. La función principal de los Comisarios es informar a las asambleas generales anuales ordinarias de Accionistas acerca de la exactitud de la información financiera presentada a dichos Comisarios por el Consejo de Administración. Los cargos de Comisarios propietarios y Comisarios suplentes son actualmente ocupados por las siguientes personas:

Nombre	Cargo	Antigüedad como Comisario propietario o Comisario suplente
José Manuel Canal Hernando	Comisario propietarios	10(1)
Fausto Sandoval	Comisario propietarios	12(2)
Ernesto González Dávila	Comisario suplente	2(1)
Humberto Ortíz	Comisario suplente	12(2)

(1) Años como Comisario propietario o Comisario suplente en FEMSA.
(2) Años como Comisario propietario o Comisario suplente en una filial de The Coca-Cola Company.

Directores

Los Directores de la Empresa son los siguientes:

Nombre	Puesto	Antigüedad como Director	Servicio (1)
Alfredo Martínez Urdal	Director General	*	*
Héctor J. Treviño Gutiérrez	Director Adjunto de Finanzas y Administración	*	12
Jaime Costa Lavin	Director Adjunto de Operaciones	*	13
Hermilo Zuart Ruíz	Director de Finanzas y Administración	*	8
Ernesto Torres Arriaga	Director de Producción	*	19
Martín Lara Espíritu	Director del Sureste	*	18
Rafael Suárez Olaguibel	Director de Distribución y Comercialización	*	7
Eduardo Ricaurte Quarz	Director de Mercadotecnia	*	1
Guillermo Pérez Peniche	Director de Proyectos	*	13
Rosendo Pérez Pinzón	Director de Recursos Humanos	*	6
Gustavo León Basurto	Director de Fabricación y Desarrollo	*	9

(1) Antigüedad en FEMSA, sus predecesoras y filiales.
* Menos de un año.

Curricula

Alfredo Martínez Urdal. El Sr. Martínez es el Director General de la Empresa. Es miembro del Consejo de Directores de Ponderosa Industrial, S.A., Empaques Ponderosa, S.A., Almacenadora, S.A., Accel, S.A., Property Trust of America y el State National Bank El Paso, Texas. El Sr. Martínez fue Director General del Grupo Chihuahua de 1983 a 1989, de Multibanco Comermex, S.A. de 1981 a 1982, de Celulosa de Chihuahua, S.A. de 1974 a 1981 y del Banco Comercial Mexicano de 1973 a 1974.

Héctor J. Treviño Gutiérrez. El Sr. Treviño es el Director Adjunto de Finanzas y Administración de la Empresa. Se unió a FEMSA en diciembre de 1981 como encargado de los Financiamientos Internacionales hasta 1984. De 1984 a 1986, el Sr. Treviño se desempeñó como Gerente de Planeación Financiera y fue el Gerente de Planeación Estratégica de 1986 a 1989. De 1989 a 1993, estaba al frente del Departamento de Desarrollo de Negocios de FEMSA.

Jaime Costa Lavín. El Sr. Costa es el Director Adjunto de Operaciones de la Empresa. Inició en la División Refrescos de FEMSA como Gerente de Ventas de Aguas Minerales en 1980. Después el Sr. Costa desempeñó el puesto de Director de Distribución de 1981 a 1982. En 1982, ocupó el puesto de Director de Operaciones. Posteriormente fue nombrado Director de Industria Embotelladora de México, S.A. de C.V., subsidiaria de la Empresa, de 1986 a 1987. El Sr. Costa ocupó el puesto de Director Ejecutivo de Operaciones en la Empresa en 1987. Inició su Carrera en Coca-Cola Export como Coordinador de Ventas para el norte de México, puesto que ocupó de 1978 a 1979. Después ocupó el puesto de Gerente de Ventas en la misma división de 1979 a 1980.

Hermilo Zuart Ruíz El Sr. Zuart es el Director de Administración y Finanzas de la Empresa. El Sr. Zuart se unió a la División Refrescos de FEMSA en el Grupo de Aguas Minerales en 1985 como Gerente Administrativo Corporativo. En 1986, ocupó el puesto de Gerente de Ventas en la Ciudad de México. En 1987, se desempeñó como Gerente de la planta en Tehuacán, Puebla. De 1988 a mediados de 1990, el Sr. Zuart se desempeñó como Gerente de Producción. Fue el Director de Administración y Sistemas de 1990 hasta febrero de 1993. El Sr. Zuart inició su carrera en 1971 con la Nestlé Company de México, donde prestó sus servicios hasta 1982. Después trabajó dos años en Grupo Visa como Gerente Administrativo del Sureste. De 1983 a 1985, el Sr. Zuart se desempeñó como Gerente Administrativo y Contralor de Embotelladora Mexicana, S.A. de C.V., en la Ciudad de México.

Ernesto Torres Arriaga. El Sr. Torres es el Director de Producción de la Empresa. El Sr. Torres se unió a Industria Embotelladora de México, S.A. de C.V., subsidiaria de la Empresa, en 1974 como Director de Producción para el Estado de México. En 1982, fue designado Gerente de Producción de Industria Embotelladora de México, S.A. de C.V. El Sr. Torres inició su carrera en 1958 e inicialmente prestó sus servicios a varias embotelladoras en México, donde ocupó diversos puestos en las áreas de Producción, Técnica y Logística, ascendiendo a la Gerencia General encargada de las Ventas, Producción y Administración.

Martín Lara Espíritu. El Sr. Lara es el Director del Sureste de la Empresa. El Sr. Lara se unió a la División Refrescos de FEMSA en marzo de 1975 y fue designado Jefe de Ventas de la Planta Viga en enero de 1976. En enero de 1977, fue designado Gerente de Ventas de la Planta Viga. En enero de 1978, ocupó el puesto de Gerente de Mercadotecnia para el Valle de México. Fué Gerente de Operaciones de enero de 1979 a diciembre de 1981 de las plantas embotelladoras Viga y Delmist. De enero de 1982 a abril de 1987, se desempeñó como Gerente General de las plantas embotelladoras Tlalpan y Cedro. En mayo de 1987, el Sr. Lara ocupó el puesto de Director de Distribución para el Valle de México. En marzo de 1989, el Sr. Lara fue designado Director del Sureste de la División Refrescos de FEMSA.

Rafael Suárez Olaguibel. El Sr. Suárez es el Director de Distribución y Comercialización de la Empresa. El Sr. Suárez se unió a la División Refrescos de FEMSA en 1986 como Director de Planeación y Proyectos. En marzo de 1987, fue designado Gerente Corporativo de Mercadotecnia para el Valle de México. De abril

de 1987 a abril de 1989, el Sr. Suárez se desempeñó como Director de Mercadotecnia. En abril de 1989, el Sr. Suárez fue designado Director de Distribución y Comercialización de la División Refrescos de FEMSA. Inició su carrera como representante de Coca-Cola Export en febrero de 1981. Fue designado Gerente Administrativo en septiembre de 1981. De junio de 1982 a diciembre de 1983, el Sr. Suárez fue catedrático de Economía y Estadística del ITESM. De enero de 1983 a enero de 1986, el Sr. Suárez se desempeñó como Gerente de Operaciones de Coca-Cola Export en la Ciudad de México.

Eduardo Ricaurte Quarz. El Sr. Ricaurte es el Director de Mercadotecnia de la Empresa. El Sr. Ricaurte se unió a la División Refrescos de FEMSA en la subsidiaria Distribuidora Comerical Dico, S.A. de C.V. como Gerente General. El Sr. Ricaurte, inició su carrera con Coca-Cola Colombia en 1978 como Gerente de Transportes. En 1981, fue designado Gerente de Distrito. De enero de 1982 a enero de 1987, el Sr. Ricaurte se desempeñó como Gerente de Distribución y de Control de Presupuesto. Después fue designado Gerente de Mercadotecnia, ocupando el puesto hasta enero de 1989.

Guillermo Pérez Peniche. El Sr. Pérez es el Director de Proyectos de la Empresa. El Sr. Pérez se unió a la División Refrescos de FEMSA en enero de 1980 como Coordinador de Nuevos Proyectos. Posteriormente ocupó el puesto de Asistente del Director de Planeación de febrero de 1981 a marzo de 1982. En marzo de 1982, fue designado Gerente General de la Embotelladora localizada en Minatitlán, Veracruz hasta noviembre de 1987. En diciembre de 1987, se desempeñó como Director de Proyectos de la División Refrescos de FEMSA. El Sr. Pérez inició su Carrera en C.I.P.S.A., una fábrica de envases de plástico, donde trabajó como Coordinador de Nuevos Productos, de diciembre 1975 a agosto de 1977. El Sr. Peréz después trabajó en varias empresas en las áreas de reclutamiento y finanzas hasta diciembre de 1979.

Rosendo Pérez Pinzón. El Sr. Pérez es el Director de Recursos Humanos de la Empresa. El Sr. Pérez fue el Gerente de Proyectos Especiales Laborales en Grupo Visa en la Ciudad de México de junio de 1986 a agosto de 1987. En 1987, fue designado Director de Recursos Humanos de la División Refrescos de FEMSA en la Ciudad de México. De enero de 1975 a enero de 1979, el Sr. Pérez desempeñó el puesto de Jefe de Reclutamiento y Desarrollo Ejecutivo en Banca Serfín. Posteriormente se desempeñó como Gerente General de Recursos Humanos de Cervecería Moctezuma, de enero de 1979 a enero de 1986.

Gustavo León Basurto. El Sr. León es el Director de Desarrollo y Manufactura de la Empresa. El Sr. León se unió a la División Refrescos de FEMSA como Gerente de Desarrollo y Concentrados de Cervecería Cuauhtémoc en enero de 1981. En 1984, fue designado Gerente de Desarrollo de Aguas Minerales. En enero de 1984, se unió a Refrescos y Aguas Minerales como Gerente de Concentrados y Desarrollo de la División de Nuevos Productos. En diciembre de 1985, fue designado Director de Manufuctura y Desarrollo de Refrescos y Aguas Minerales. El Sr. León prestó sus servicios como Vicepresidente Técnico de Cadbury International de mayo de 1992 a septiembre de 1992, y durante este tiempo fue designado Director General del Centro Técnico de Bebidas de esa compañía.

Conforme a los Estatutos Sociales de la Empresa, los Directores son elegidos por una mayoría de los Consejeros, que deberá incluir al menos a dos Consejeros Serie D, que asistan a una reunión del Consejo de Administración. El Director General y el Director Adjunto de Finanzas y Administración son elegidos dentro de una lista propuesta por los Consejeros designados por los Accionistas Serie A ("Consejeros Serie A"), y el Director de Operaciones, el Tesorero, el Director de Mercadotecnia y el Director de Servicios de Sistemas son elegidos dentro de una lista propuesta por los Consejeros Serie D ("Consejeros Serie D"). Los Estatutos Sociales de la Empresa disponen la remoción del Director General y del Director Adjunto de Finanzas y Administración, por los Consejeros Serie A y del Director de Operaciones, el Tesorero, el Director de Mercadotecnia y el Director de Servicios de Sistemas por los Consejeros Serie D.

Participación en la Propiedad y Remuneración

Al 1° de agosto de 1993, los Consejeros propietarios, Consejeros suplentes y Directores de la Empresa y los integrantes de sus familias, como grupo, son propietarios de aproximadamente un 26% de las Acciones

Serie A (aproximadamente 62,985,000 Acciones). A dicha fecha, el Sr. Eugenio Garza Lagüera, Presidente del Consejo de Administración, y su familia a través de su propiedad directa e indirecta de FEMSA y Valores Industriales, S.A., empresa cuyas Acciones se cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores, S.A. de C.V., y principal controladora de FEMSA, son proprietarios de aproximadamente un 23% de las Acciones Serie A (aproximadamente 55,717,500 Acciones). Este grupo de inversionistas constituye una base estable de respaldo de la administración de la Empresa, sin embargo no se requiere que dichos inversionistas, incluyendo a los Consejeros propietarios, Consejeros suplentes y Directores, emitan votos similares sobre sus Acciones. Durante el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 1992, la remuneración agregada de todos los Directores de la Empresa pagada o devengada en dicho ejercicio por los servicios de todos los cargos fue de aproximadamente NPs7.0 millones, de los cuales aproximadamente NPs2.1 millones fueron hechos efectivos mediante la modalidad de bonificaciones en efectivo.

No ha habido Consejeros externos en el Consejo de Administración. En 1992 y en los ejercicios anteriores no se pagó ninguna compensación a los Consejeros por actuar como tales. A partir del 21 de junio de 1993, la Empresa pagará a cada Consejero una moneda de oro "centenario" (con una cotización actual de aproximadamente NPs1,450) libre de impuestos, por cada reunión del Consejo de Administración a la que asistan.

ACCIONISTAS PRINCIPALES Y VENDEDORES

Los Accionistas principales de la Empresa son FEMSA e Inmex, subsidiaria indirecta de The Coca-Cola Company. Ver *"Descripción del Negocio—Antecedentes de la Empresa"*.

El Accionista Vendedor es Impulsora de Mercados, S.A. de C.V., subsidiaria de total propiedad de FEMSA. Coca-Cola FEMSA no recibirá fondos provenientes de la Oferta. Inmediatamente después de la Oferta Global y suponiendo que se ejercite en su totalidad la opción de sobre asignación de los Colocadores, la estructura de capital esperada de la Empresa será la que se indica a continuación:

Accionista	Capital Social en circulación	% de la Propiedad del Capital Social en Circulación	% de Derechos de Voto
FEMSA (Serie A)	242,250,000	51	63
Inmex (Serie D)	142,500,000	30	37
Público (Serie L)	90,250,000	19	*
	475,000,000	100	100

* Los tenedores de Acciones Serie L, y por consiguiente los tenedores de ADS, solamente tienen derecho a voto en circunstancias limitadas.

FEMSA tiene la facultad de elegir once de los dieciséis Consejeros e Inmex tiene la facultad de elegir cuatro Consejeros. Por ende, estas entidades tendrán la facultad de determinar el resultado de todas las resoluciones que requieren la aprobación del Consejo de Administración y, con excepción de ciertas situaciones limitadas, de todas las resoluciones que requieran la aprobación de los Accionistas. Ver *"Descripción del Capital Social—Restricciones a las Transferencias"* y *"Contrato de Asociación"*.

Contrato de Asociación

En conexión con la suscripción por parte de Inmex de un 30% del capital social de la Empresa, FEMSA y The Coca-Cola Company han convenido que la Empresa sea administrada en el futuro como "Joint Venture". En consecuencia, FEMSA, Inmex y The Coca-Cola Company han celebrado el Contrato de Asociación que, junto con los Estatutos Sociales de la Empresa, establece las normas básicas para el funcionamiento de la misma.

En el Contrato de Asociación, FEMSA e Inmex (cada una de ellas un "Accionista Principal") confirman su aceptación de las disposiciones correspondientes a la dirección de la Empresa que se incluyen en los Estatutos Sociales en cuanto a la integración del Consejo de Administración y del cuerpo de Directores de la Empresa así como la elección de dichas personas. Ver *"Administración"*. Adicionalmente, el Contrato de Asociación incluye el acuerdo de los Accionistas Principales acerca de que la Empresa se administre conforme a planes de actividad anuales y quinquenales.

El Contrato de Asociación también establece el acuerdo de los Accionistas Principales, acerca del efecto de cualquier acción negativa por parte de The Coca-Cola Company en relación con los Contratos de Embotellador, tal como se incluye en los Estatutos Sociales de la Empresa. Los Estatutos Sociales de la Empresa disponen que si una mayoría de los Consejeros Serie A, deciden de manera razonable y de buena fe que una acción por parte de The Coca-Cola Company con respecto a cualquier Contrato de Embotellador o Convenio Complementario entre The Coca-Cola Company y Coca-Cola FEMSA o cualquiera de sus subsidiarias, es sustancialmente adversa para los intereses comerciales de la Empresa y que The Coca-Cola Company no ha resuelto dicha acción dentro de un plazo de 60 días, podrán declarar la vigencia de un "Período de Mayoría Simple". Durante la vigencia de dicho Período de Mayoría Simple, por mayoría simple de la totalidad del Consejo de Administración y sin requerirse la presencia o aprobación de ningún Consejero Serie D, se podrán aprobar algunas resoluciones, en particular referentes a la autorización y cambio de los planes de actividad anual y quinquenal y a la introducción o suspensión de líneas de actividad respectivamente nuevas o ya existentes que habitualmente requerirían la presencia y aprobación de dos Consejeros Serie D

Una mayoría de Consejeros Serie A podrá resolver dar por terminado un Período de Mayoría Simple, en cuyo caso no se podrá declarar otro período similar dentro de un plazo de un año, contado a partir de dicha terminación. Si un Período de Mayoría Simple perdura durante un año o más, se podrán aplicar las disposiciones del Contrato de Asociación para la solución de diferencias irreconciliables, con las consecuencias que se describen en el párrafo que se incluye a continuación.

Adicionalmente a los derechos de preferencia dispuestos en los Estatutos Sociales de la Empresa con respecto a la transferencia de Acciones de las Series A o D (ver *"Descripción del Capital Social—Restricciones a las Transferencias"),* el Contrato de Asociación contempla tres circunstancias en las cuales un Accionista Principal podrá adquirir los derechos del otro Accionista Principal en la Empresa.

Cambio de Control. El Contrato de Asociación dispone que, entre otras, se considerarán como "cambio de control" las siguientes situaciones: (i) que el grupo lidereado por la familia Garza Lagüera deje de tener directa o indirectamente el control efectivo de FEMSA, (ii) que una entidad no aprobada por el Consejo de Administración de The Coca-Cola Company logre acceder a un control operativo efectivo de The Coca-Cola Company y (iii) que Inmex deje de ser una subsidiaria bajo el control mayoritario de The Coca-Cola Company. El Contrato de Asociación dispone que, de ocurrir un cambio de control que afecte a un Accionista Principal, se accionará un mecanismo de opción a favor del otro Accionista Principal para la compra de todas las Acciones Serie A o Serie D que se encuentren directa o indirectamente en poder del Accionista Principal afectado a su valor justo de mercado. Ver también *"Descripción del Capital Social—Restricciones a las Transferencias".*

Diferencias Irreconciliables. El Contrato de Asociación también contempla la posible existencia de diferencias entre los Accionistas Principales, tales como una situación irreconciliable en una asamblea de Accionistas o entre sus miembros en el Consejo de Administración, y establece un procedimiento que en primer lugar promueve la solución de diferendos y, a falta de tal solución, prevé la venta por parte de un Accionista Principal de sus Acciones Serie A o D al otro Accionista Principal o la venta conjunta de dichas acciones a terceros.

Incumplimientos Específicos. Ciertos incumplimientos también resultarán en que uno de los Accionistas Principales tenga el derecho de comprar las Acciones Serie A o D del otro Accionista Principal. Dicha compra se efectuaría a un precio equivalente al 95% de la cotización justa de mercado de las Acciones del Accionista Principal infractor según se determine de conformidad con un método de valuación convenido. Estos incumplimientos incluyen la violación sustancial del Contrato de Asociación y los Estatutos Sociales de la Empresa y de sus subsidiarias por parte de los Accionistas Principales así como ciertos incumplimientos sustanciales por parte de The Coca-Cola Company o cualquiera de sus filiales y de la Empresa o de cualquiera de sus subsidiarias (que en algunos casos pueden ser atribuibles a FEMSA para estos efectos) conforme a los Contratos de Embotellador.

Si bien el Contrato de Asociación dispone que los Accionistas Principales cooperarán para continuar las operaciones de la Empresa en sus negocios habituales en tanto intentan solucionar las diferencias mencionadas anteriormente o después de un cambio de control que de lugar al derecho de uno de los Accionistas Principales a comprar la participación del otro, no se puede garantizar el efecto que estas circunstancias puedan tener sobre la Empresa.

Según lo dispuesto en el Contrato de Asociación, en caso de que (i) uno de los Accionistas Principales compre al otro su participación en la Empresa en cualquiera de las situaciones que se especificaron previamente, es decir, cualquier cambio de control, diferencia irreconciliable o incumplimiento específico, o de que (ii) la participación accionaria de Inmex o de FEMSA en las acciones del capital social de la Empresa que no sean las Acciones Serie L se reduzca por debajo del 20% de la totalidad de dichas Acciones y en caso de que el Accionista Principal cuya participación no se haya reducido de tal forma así lo solicite, se deberán modificar los Estatutos Sociales de la Empresa con el fin de eliminar las disposiciones que restringen las

transferencias de Acciones y todos los requisitos en materia de mayoría relativa y quórum, después de lo cual el Contrato de Asociación quedaría rescindido. En caso de que la participación accionaria de Inmex o de FEMSA en el capital social de la Empresa excluyendo las Acciones Serie L se reduzca por debajo del 25% (pero no por debajo del 20% de la totalidad de dichas acciones) y en caso de que así lo solicite el Accionista Principal cuya participación no se haya reducido de tal forma, según lo dispuesto en el Contrato de Asociación se deberán modificar los Estatutos Sociales de la Empresa con el fin de eliminar todos los requisitos en materia de mayoría relativa, votos y quórum que no se relacionen con las restricciones a la transferencia de acciones. Una vez eliminados dichos requisitos de mayoría relativa, votos y quórum, en caso de haberse producido tal reducción en la participación accionaria de Inmex, FEMSA actuando por sí sola podría tener la facultad de adoptar la mayoría de las resoluciones que requieren aprobación de los accionistas o del Consejo de Administración en virtud de su calidad de propietaria de Acciones Serie A.

El Contrato de Asociación también incluye disposiciones relativas al acuerdo de los Accionistas Principales acerca del crecimiento de la Empresa. Allí se establece que The Coca-Cola Company tiene la intención de que la Empresa sea considerada como una de sus exclusivos embotelladores "Ancla" en América Latina. En particular, las partes acuerdan que es deseable que la Empresa crezca mediante la adquisición de territorios adicionales de embotellado en México y en otros países latinoamericanos en caso de que los hubiere disponibles ("crecimiento horizontal"). Asimismo, The Coca-Cola Company ha acordado, con apego a un cierto número de condiciones, que si obtiene la propiedad de un territorio de embotellado que las partes consideren adecuado para las actividades de la Empresa, dará a la Empresa la opción de adquirir dicho territorio. The Coca-Cola Company también ha convenido en respaldar modificaciones prudentes y sólidas de la estructura de capital de la Empresa con el fin de sustentar su crecimiento horizontal. El acuerdo de The Coca-Cola Company en cuanto al crecimiento horizontal dejaría de aplicarse en caso de que (i) se eliminen ciertos requisitos de mayoría relativa para la votación en caso de que la participación de Inmex o de FEMSA en el capital accionario de la Empresa excluyendo las Acciones Serie L se reduzca por debajo del 25% de la totalidad de dichas Acciones según se describió más arriba o de que (ii) The Coca-Cola Company decida dar por terminado el acuerdo en virtud de un incumplimiento específico tal como se describió anteriormente. No existe la certeza de que se realicen ninguna de estas adquisiciones.

DESCRIPCION DEL CAPITAL SOCIAL

A continuación se incluye cierta información acerca del capital social de la Empresa y un breve resumen de algunas disposiciones significativas de sus Estatutos Sociales, con sus modificaciones, y de la legislación mexicana. Esta descripción no pretende ser completa, y se ha elaborado con base en los Estatutos Sociales de la Empresa y en la legislación mexicana.

Generalidades

La Empresa se constituyó el día 31 de octubre de 1991 como sociedad anónima de capital variable mexicana de conformidad con lo dispuesto en el Capítulo V de la Ley General de Sociedades Mercantiles. El capital social de la Empresa comprende al menos un 75% de Acciones de las Series A, D y B y hasta un 25% de Acciones Serie L. Las Acciones de las Series A y D tienen plenos derechos de voto, pero están sujetas a ciertas restricciones en materia de transferencias. Las Acciones Serie B, de ser suscritas, tienen plenos derechos de voto y serán libremente transferibles. Las Acciones Serie L son libremente transferibles. Las Acciones Serie L no son canjeables por Acciones de las Series A o D o viceversa. El tenedor de una Acción Serie L puede votar solamente en las circunstancias limitadas que se describen en "*—Derechos de Voto*". Los derechos de los tenedores de todas las series del capital social de la Empresa son sustancialmente idénticos, con excepción de las restricciones a las transferencias de las Acciones de las Series A o D, las limitaciones de los derechos de voto de las Acciones Serie L, los respectivos derechos de las Acciones Serie A, D y L (pero no de las Acciones Serie B) votando en asamblea especial para elegir un número específico de Consejeros propietarios y Consejeros suplentes de la Empresa, y las prohibiciones para la adquisición de Acciones Serie A

por parte de personas no mexicanas. Ver *"Administración"*, *"—Legislación sobre Inversión Extranjera"* y *"—Restricciones a las Transferencias"*. Previo al día 14 de mayo de 1993, sólo había en circulación Acciones ordinarias de la Empresa sin voto Limitado. A partir del día 14 de mayo de 1993, se autorizó la emisión de Acciones de las Series A, B, D y L. Todas las Acciones que se encontraban previamente en circulación fueron canjeadas por Acciones Serie A. El Accionista Vendedor suscribió 90,250,000 Acciones Serie L. No hay en circulación ninguna Acción Serie B. Inmediatamente después de la Oferta Global, 90,250,000 Acciones Serie B, que han sido autorizadas y emitidas, quedarán sin suscribir, en la tesorería de la Empresa, conjuntamente con 68,000,000 de Acciones Serie L autorizadas, emitidas y sin suscribir. La Empresa ha convenido con los Colocadores en no vender dichas Acciones durante un período de 90 días a partir de la fecha del presente Prospecto.

Legislación sobre Inversión Extranjera

La propiedad de Acciones de empresas mexicanas por parte de personas no mexicanas se rige por la *Ley para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera* de 1973 ("Ley de Inversión Extranjera") y por el Reglamento de Inversión Extranjera de 1989 que se basa en dicha ley. La Comisión Nacional de Inversión Extranjera es responsable del complimiento de la Ley de Inversión Extranjera y su Reglamento.

La Ley de Inversión Extranjera reserva con carácter exclusivo ciertas actividades económicas para el Estado Mexicano y otras, con carácter también exclusivo, para personas físicas y morales mexicanas cuyos Estatutos Sociales incluyan la prohibición de que el capital social sea de propiedad de personas no mexicanas. Si bien la Ley de Inversión Extranjera otorga amplia autoridad a la Comisión Nacional de Inversión Extranjera para permitir que inversionistas extranjeros sean propietarios de más del 49% del capital de empresas mexicanas, una vez consideradas las políticas públicas y los aspectos económicos pertinentes, los Estatutos Sociales de la Empresa disponen que las Acciones Serie A en todo momento constituirán por lo menos un 51% de las Acciones de la Empresa con derecho a voto y solamente podrán estar en manos de inversionistas mexicanos.

Registro y Transferencia

Las Acciones de la Empresa se documentan en títulos nominativos registrados. Asimismo, las Acciones Serie L y, de ser suscritas, las Acciones Serie B se podrán mantener en depósito con Instituciones que mantengan cuentas con la S.D. INDEVAL, S.A. de C.V., Institución para el Depósito de Valores (Indeval), que es el titular registrado de las Acciones que se mantienen como registros financieros. Los titulares de las cuentas de Indeval pueden ser intermediarios, bancos y otras entidades aprobadas por la Comisión Nacional de Valores ("Miembros de Indeval"). El agente de transferencias de la Empresa, Banca Serfín, S.A., (por intermedio de su División Fiduciaria) lleva un registro de Acciones y, de conformidad con lo dispuesto en la legislación mexicana, solamente las personas que figuren en el registro de Acciones y las que sean tenedoras de certificados que indiquen propiedad emitidos por Indeval y cualquier institución que mantenga cuentas con Indeval serán reconocidas como Accionistas por la Empresa.

Derechos de Voto

De conformidad con lo dispuesto en los Estatutos Sociales de la Empresa, los titulares de Acciones Serie L están facultados para votar solamente en circunstancias limitadas. Pueden elegir uno de los dieciséis Consejeros de la Empresa y, en ciertas circunstancias en que los titulares de Acciones Serie L no hayan votado al Consejero elegido por los titulares de una mayoría de dichas Acciones, podrán elegir uno o más Consejeros adicionales. Ver *"Administración"*. Adicionalmente, los siguientes aspectos requieren un quórum del 82% del capital social de la Empresa y el voto de al menos una mayoría del capital social con derecho a voto (y sin abstenciones): (i) transformación de Coca-Cola FEMSA de un tipo de sociedad a otro (que no sea un cambio de una sociedad de capital variable a una sociedad de capital fijo y viceversa); (ii) cualquier fusión en la que Coca-Cola FEMSA no sobreviva como entidad o una fusión con una entidad cuyo objeto social principal sea diferente de los objetos de la Empresa o sus subsidiarias; y (iii) la cancelación del registro de las

Acciones de la Empresa del Registro Nacional de Valores e Intermediarios de la Comisión Nacional de Valores o de cualquier Bolsa de Valores extranjera en la que se coticen sus Acciones. Se requerirá el voto afirmativo de un 95% del capital social de la Empresa para modificar las disposiciones de los Estatutos Sociales de la Empresa que requieren que, en caso de cancelación del registro de las Acciones de la Empresa de dicho Registro Nacional y a solicitud de la Empresa o por resolución de la Comisión Nacional de Valores ("CNV"), los Accionistas controladores de la Empresa realicen una oferta pública para la adquisición de dichas Acciones. Con excepción de lo que se acaba de describir y del contenido del párrafo que se incluye a continuación, los tenedores de Acciones Serie L no tienen derecho de voto. Los tenedores de Acciones Serie L no tienen derecho a participar ni a intervenir en las asambleas de Accionistas en las que no tengan derecho a voto.

De conformidad con la legislación mexicana, los tenedores de Acciones de cualquier serie tienen también el derecho de votar como serie en una asamblea especial regida por las mismas normas que rigen las asambleas generales extraordinarias con relación a cualquier acción que pueda perjudicar los derechos de los tenedores de Acciones de dicha serie pero no los derechos de los tenedores de Acciones de otra serie, y un tenedor de Acciones de dicha serie tendría el derecho de lograr un dictamen judicial favorable en contra de cualquier acción de tal tipo adoptada sin mediar dicha votación. La decisión de si una Acción requiere un voto de serie sobre estos fundamentos sería inicialmente tomada por el Consejo de Administración o los Comisarios. Una decisión negativa quedaría sujeta a una acción judicial por parte de cualquier Accionista afectado, y la necesidad de que se vote en asamblea especial la determinaría, en última instancia, un tribunal. No existen otros procedimientos para determinar si una medida en particular propuesta por un Accionista requiere o no votar en asamblea especial y la legislación mexicana no brinda pautas específicas sobre los criterios que deben aplicarse para tal determinación.

Las asambleas generales de Accionistas pueden ser ordinarias o extraordinarias. Las asambleas generales extraordinarias son las que se convocan con el fin de analizar ciertos puntos especificados en el Artículo 182 de la Ley General de Sociedades Mercantiles. Adicionalmente, los Estatutos Sociales de la Empresa requieren que una asamblea general extraordinaria apruebe la cancelación del registro de las Acciones de la Empresa del Registro Nacional de Valores e Intermediarios de la CNV o de cualquier Bolsa de Valores extranjera en la que se coticen sus Acciones. Las asambleas generales convocadas para analizar otros asuntos serán ordinarias y se celebrarán al menos una vez al año. Todos los demás asuntos sobre los que los tenedores de Acciones Serie L tienen derecho a emitir su voto en una asamblea general de Accionistas serían considerados en una asamblea general extraordinaria. Los tenedores de Acciones Serie L no pueden participar ni intervenir en las asambleas de Accionistas en las que no estén facultados para votar.

Al menos una vez al año se debe celebrar una asamblea general ordinaria de los tenedores de Acciones de las Series A, D y B con el fin de considerar y aprobar los Estados Financieros de la Empresa y algunas de sus subsidiarias correspondientes al ejercicio previo, elegir a los Comisarios, designar a los Consejeros que representarán a los tenedores de Acciones Serie A, D y L en sus respectivas asambleas especiales y también con el fin de determinar la distribución de las utilidades del ejercicio anterior.

El quórum de las asambleas especiales de tenedores de Acciones Serie L es una mayoría de dichas Acciones y las resoluciones pueden aprobarse mediante voto de una mayoría de los tenedores de las Acciones. El quórum para las asambleas generales ordinaria y extraordinaria en las que los tenedores de Acciones Serie L no tengan derecho a voto es un 76% de los tenedores de Acciones Series A, D y B de la Empresa, y el quórum para las asambleas generales extraordinarias en las que los tenedores de Acciones Serie L tengan derecho a voto es el establecido más adelante.

Las asambleas de Accionistas pueden ser convocadas por el Consejo de Administración, los Comisarios o una autoridad Judicial. Los tenedores de un 33% o más del capital social de la Empresa pueden solicitar al Consejo de Administración o a los Comisarios que convoquen una asamblea de Accionistas en la que los tenedores de Acciones Serie L tengan derecho a voto, y los tenedores de un 33% o más de las Acciones Serie A, B y D pueden solicitar al Consejo de Administración o a los Comisarios que convoquen una asamblea en la que los tenedores de Acciones Serie L no tengan derecho a voto. Las convocatorias a asamblea deben publicarse en el Diario Oficial de la Federación o en un periódico de circulación general en el domicilio de

México con al menos 15 días de anticipación a la fecha fijada para la asamblea. Con el fin de asistir a una asamblea, los Accionistas deberán depositar sus Acciones y recibir un certificado en la oficina del Secretario del Consejo de Administración de la Empresa (o, en el caso de las Acciones Serie A o D, en las oficinas del agente de transferencias de la Empresa) donde se autorice su participación en dicha asamblea, al menos 48 horas antes de la hora establecida para dicha asamblea o, en el caso de las Acciones Serie B o L mantenidas en depósito a través de Indeval, presentar certificados que documenten el depósito de las Acciones en dicha entidad. En caso de estar facultados para asistir a una asamblea, los Accionistas podrán ser representados por apoderados designados por simple carta poder o poder protocolizado. Los Consejeros y Comisarios de la Empresa no pueden actuar como apoderados.

Dividendos

En la asamblea general ordinaria anual de tenedores de Acciones de las Series A, D y B, el Consejo de Administración presentará los Estados Financieros de la Empresa correspondientes al ejercicio anterior, conjuntamente con un informe del Consejo sobre los mismos. Una vez que se hayan aprobado los Estados Financieros, los tenedores de Acciones de las Series A, D y B determinarán la distribución de la utilidad neta de la Empresa correspondiente al ejercicio anterior. La ley exige que se asigne al menos un 5% de dicha utilidad neta a una reserva legal, que no quedará disponible para su distribución salvo en calidad de dividendos en Acciones, hasta que el monto de dicha reserva legal alcance un 20% del capital social histórico de la Empresa. Ver Nota 8 a los Estados Financieros. La reserva legal al 30 de junio de 1993 era de NPs500,000. A partir de entonces, los Accionistas podrán determinar y asignar un cierto porcentaje de la utilidad neta a cualquier reserva especial, incluyendo una reserva para la compra de Acciones de la Empresa en el mercado abierto. El remanente de la utilidad neta quedará disponible para su distribución. Todas las Acciones en circulación e íntegramente pagadas (incluyendo las Acciones Serie L) a la fecha del decreto de un dividendo tienen el derecho a una igual participación en dichos dividendos. Las Acciones que se encuentren parcialmente pagadas participarán en el dividendo en la misma proporción que en la que dichas Acciones se encuentren pagadas a la fecha de la distribución de dividendos o de otro tipo. Ver *"Política de Dividendos"*. Las Acciones en tesorería no tienen derecho a dividendos.

Liquidación

En caso de liquidación de la Empresa, se podrá designar un liquidador para concluir sus actividades. Todas las Acciones totalmente pagadas del capital social en circulación (incluyendo las Acciones Serie L) tendrán el derecho de participar en partes iguales en cualquier distribución por liquidación. Las Acciones que hayan sido parcialmente pagadas participarán en dicha distribución por liquidación en forma proporcional a su porcentaje de pago a la fecha de la liquidación. Ninguna de las series de Acciones de la Empresa tiene preferencia en caso de liquidación.

Derechos de Preferencia

En caso de aprobarse un aumento de capital, los tenedores de las Acciones existentes (incluyendo los tenedores de Acciones Serie L) tienen un derecho de preferencia para la suscripción de un número de Acciones de la misma serie que sea suficiente para mantener la participación porcentual del tenedor de dichas Acciones en el capital de la Empresa a dicha fecha. Los derechos de preferencia deben ejercitarse dentro de un plazo no inferior a los 15 días siguientes a la publicación de la notificación del aumento del capital en el Diario Oficial de la Federación y en un periódico de circulación general en el lugar del domicilio social de la Empresa. De conformidad con la legislación mexicana, no se puede renunciar a los derechos de preferencia con antelación a la emisión de los mismos y éstos no pueden documentarse en un instrumento que se negocie en forma independiente de las Acciones correspondientes. Se ha renunciado a los derechos de preferencia de las Acciones Serie B y Serie L que se encuentran en la tesorería de la Empresa.

Restricciones a las Transferencias

Los Estatutos Sociales de la Empresa disponen que los tenedores de Acciones Serie A o D no podrán vender sus Acciones Serie A o D a menos que previamente se hayan ofrecido a vender dichas Acciones a los demás tenedores de Acciones de dichas Series a la misma cotización y en las mismas condiciones a las que tienen intención de venderlas a terceros. Si los Accionistas a los que se ofrecen las Acciones no deciden la compra de dichas Acciones dentro de un plazo de 90 días a partir de la oferta, el Accionista vendedor quedará en libertad de vender las Acciones a terceros a la cotización y según los términos especificados en dicha oferta dentro de un plazo especificado. Asimismo, los Estatutos Sociales de la Empresa imponen ciertos procedimientos en conexión con la prenda de Acciones de las Serie A o D a cualquier Institución Financiera que se designe, entre otras cosas, con el fin de asegurar que dichas acciones en prenda se ofrezcan a los tenedores de las demás Acciones de dicha Serie a su valor de mercado previo a una pérdida de las mismas. Finalmente, una propuesta de transferencia de Acciones Serie A o D que no sea una propuesta de venta o una prenda según se describió anteriormente, o un cambio en el control de un tenedor de Acciones Serie A o D que sea un subsidiario del Accionista Principal accionará los derechos de preferencia para la compra de las Acciones en cuestión a su cotización de mercado. Ver también *"Accionistas Principales y Vendedores—Contrato de Asociación"*.

Otras Disposiciones

Amortización de Acciones

Las Acciones de la Empresa, pueden ser amortizadas mediante (i) una reducción del capital social o (ii) reembolso con utilidades retenidas; en cualquiera de dichos casos deberá resolverse por la aprobación de los Accionistas de la Empresa en una asamblea general extraordinaria de Accionistas. Las Acciones amortizables mediante reembolso serán seleccionadas por la Empresa mediante sorteo o en el caso de amortización con utilidades repartibles mediante la adquisición de las Acciones a través de una oferta realizada en la Bolsa Mexicana de Valores, S.A. de C.V., lo anterior de conformidad con la Ley General de Sociedades Mercantiles.

Variaciones del Capital

Cualquier cambio del capital social autorizado de la Empresa deberá ser aprobado por resolución de una asamblea general extraordinaria de Accionistas. La Empresa está autorizada a emitir Acciones que constituyan el capital fijo y Acciones que constituyan el capital variable. Actualmente, todas las Acciones emitidas del capital social de la Empresa, incluyendo las Acciones B y L que se mantendrán en tesorería, integran el capital fijo. Ver "*—Generalidades*". La parte fija del capital social de la Empresa sólo podrá aumentarse o reducirse mediante modificación de los Estatutos Sociales de la Empresa aprobada por resolución de una asamblea general extraordinaria de Accionistas, en tanto la porción variable del capital social de la Empresa puede aumentarse o reducirse mediante resolución de una asamblea general ordinaria de Accionistas, sin requerirse para ello la modificación de los Estatutos Sociales de la Empresa. De conformidad con lo dispuesto en la legislación mexicana y en los Estatutos Sociales de la Empresa, la porción variable en circulación del capital social de la Empresa podrá ser disminuida, a opción de su tenedor en cualquier momento a un precio de retiro igual a la más baja de las siguientes cifras: (i) un 95% de la cotización promedio de cierre de dichas Acciones en la Bolsa Mexicana de Valores, S.A. de C.V., durante los 30 días hábiles en que las Acciones se cotizaron con anterioridad a la fecha de vigencia del ejercicio de la opción, o (ii) el valor contable de dichas Acciones al cierre del ejercicio en el que se ejercita la opción. Si la opción se ejerce durante los tres primeros trimestres del ejercicio, entrará en vigor al final de dicho ejercicio, pero si se ejerce durante el cuarto trimestre, entrará en vigor al final del siguiente ejercicio. El precio de retiro sería pagadero luego de la asamblea general anual ordinaria de tenedores de Acciones Serie A, D y B en la que se aprueben los estados financieros anuales correspondientes. El capital fijo no podrá disminuirse por retiro de Accionistas. Las solicitudes de retiro se cumplirán solamente en la medida en que haya capital variable disponible y en el orden de recepción de las solicitudes. Las solicitudes que se reciban en forma simultánea se cumplirán proporcionalmente en la medida de que haya capital disponible.

Pérdida de Acciones

Según lo requiere la legislación mexicana, los Estatutos Sociales de la Empresa disponen que los Accionistas no mexicanos de la Empresa convienen formalmente con la Secretaría de Relaciones Exteriores (i) en ser considerados como mexicanos respecto de las Acciones que adquieran o de las que sean tenedores, así como respecto de los bienes, derechos, concesiones, participaciones u otros derechos de propiedad de la Empresa o de los derechos y obligaciones derivados de cualesquiera contratos que la Empresa haya suscrito con el gobierno mexicano, y (ii) en no invocar la protección de sus respectivos gobiernos en aspectos que se refieran a su tenencia de Acciones. Cualquier omisión en el cumplimiento de lo que antecede quedará sujeta a una sanción que implica la pérdida de los derechos Accionarios de dichos Accionistas en favor de la nación mexicana. En opinión del Lic. Carlos Aldrete Ancira, asesor legal mexicano de la Empresa, de conformidad con esta disposición no se considera que los Accionistas no mexicanos hayan renunciado a cualquier otro derecho con que puedan estar investidos, incluyendo aquellos derechos que nazcan de las leyes de valores de los Estados Unidos, con respecto a sus inversiones en la Empresa. Si el Accionista invoca tal protección gubernamental en violación de dicho convenio, perderá las acciones en favor del gobierno de México.

Plazo

El plazo de duración de la Empresa de conformidad con sus Estatutos Sociales rige hasta el año 2090.

Recompra de Acciones

La Empresa no puede en términos generales recomprar sus propias Acciones, con sujeción a ciertas excepciones. En primer lugar, la Empresa puede recomprar Acciones suscritas y pagadas para su cancelación con utilidades a distribuir, de conformidad con una resolución de una asamblea general extraordinaria de Accionistas. En segundo lugar, de conformidad con una decisión judicial, la Empresa puede adquirir las Acciones de un Accionista en pago de una deuda de dicho Accionista para con la Empresa. La Empresa debe vender las Acciones así adquiridas dentro de un plazo de tres meses; en caso contrario, se deberá reducir el capital social de la Empresa y cancelar dichas Acciones. En tercer lugar, de conformidad con sus Estatutos Sociales, la Empresa podría también recomprar sus propias Acciones en la Bolsa Mexicana de Valores S.A. de C.V., bajo ciertas circunstancias, con fondos provenientes de una reserva especial creada para tales efectos. Las Acciones recompradas por la Empresa pueden solamente permanecer en su poder como Acciones en tesorería y serán consideradas como Acciones autorizadas y emitidas pero no en circulación a menos que sean posteriormente suscritas y vendidas.

Conflicto de Intereses

Los Accionistas que voten una resolución que involucre una transacción en la cual sus intereses se opongan a los de la Empresa serán responsables por daños y perjuicios, cuando sin su voto no se hubiere logrado la mayoría necesaria para la validez de la determinación.

Acciones contra los Consejeros

Se puede instaurar acciones legales por responsabilidad civil contra los Consejeros mediante resolución aprobada por una asamblea general ordinaria de Accionistas. En caso de que los Accionistas decidan instaurar tal acción, los Consejeros afectados cesarán de inmediato en su cargo. Adicionalmente, los Accionistas (incluyendo a tenedores de Acciones Serie L) que representen un porcentaje total de las Acciones en circulación no inferior al 33% podrán instaurar directamente tal acción contra los Consejeros siempre que (i) dichos Accionistas no hayan votado a favor ni se hayan abstenido de votar con respecto a dicha acción en la asamblea de Accionistas pertinente y que (ii) la demanda cubra todos los daños y perjuicios que supuestamente se hayan causado a la Empresa y no solamente la porción correspondiente a dichos Accionistas. Cualquier recuperación de daños y perjuicios en virtud de dicha acción se aplicará en beneficio de la Empresa y no solamente en beneficio de los Accionistas que hayan instaurado la acción legal.

Derecho de Retiro

Toda vez que los Accionistas aprueben un cambio de objeto social, un cambio de la nacionalidad de la Empresa o una transformación de un tipo de sociedad a otro, cualquier Accionista con derecho a voto en tal cambio y que haya votado en contra del mismo podrá retirarse de la Empresa y recibir por sus Acciones un importe calculado según se especifica en la legislación mexicana, siempre que el Accionista ejercite su derecho dentro de los 15 días siguientes a la resolución de la asamblea en la que se aprobó el cambio. Debido a que los tenedores de Acciones Serie L no tienen derecho a voto con respecto a algunos de dichos cambios, los derechos de retiro mencionados anteriormente estarán a disposición de los tenedores de Acciones Serie L en menos ocasiones que con respecto a los tenedores de otras series de Acciones del capital social de la Empresa.

IMPUESTOS

El resumen que se incluye a continuación acerca de algunos aspectos fiscales relativos a los impuestos de México incluye una descripción de las principales consecuencias de los impuestos mexicanos relativos a la compra, propiedad y enajenación de las Acciones Serie L por un tenedor que no sea residente en México, pero no pretende constituir una descripción de todas las consideraciones fiscales posibles que puedan ser de interés para la toma de decisiones por parte de un comprador potencial de Acciones Serie L.

Impuestos sobre Dividendos

En términos generales, los dividendos de cualquier tipo pagados con respecto a las Acciones Serie L a tenedores que no sean residentes en México (tal como se los define a continuación) no estarán sujetos a ningún impuesto mexicano de retención ni de cualquier otro tipo. Sin embargo, se requerirá a la Empresa que pague el impuesto sobre la renta para personas morales del 35% sobre el monto de los dividendos multiplicado por un factor de 1.54, si el dividendo no es pagado con utilidades que hayan sido ya sometidas al pago del impuesto sobre la renta mexicano (tal como se registre en el asiento requerido de dichas utilidades, llamado cuenta de utilidad fiscal neta o "utilidades netas sobre las que ya se pagaron impuestos").

Impuestos sobre las Ganancias de Capital

Para los efectos fiscales mexicanos, se considerará que una persona física es residente en México si ha establecido su domicilio en México, a menos que haya residido en otro país durante más de 183 días en un ejercicio fiscal y pueda demostrar que se ha convertido en residente de dicho país para efectos fiscales; se considerará que una persona moral es residente en México, si su sede central administrativa está ubicada en México. Se presumirá que los ciudadanos mexicanos y las personas morales con domicilio social en México y constituidas de acuerdo con la legislación mexicana son residentes de México a menos que dicha persona o entidad pueda demostrar lo contrario. Si una persona tiene un establecimiento permanente o base fija en México, se requerirá que dicho establecimiento permanente o base fija pague impuestos sobre sus ganancias de capital en México en relación con las utilidades atribuibles a dicho establecimiento permanente o base fija de conformidad con las disposiciones fiscales aplicables.

La CNV ha indicado que las Acciones Serie L se pueden colocar entre el público. En consecuencia, las utilidades derivadas de la venta de Acciones Serie L que sean adquiridas por no residentes en México a través de la Bolsa Mexicana de Valores, S.A. de C.V., estarán en términos generales exentas de la retención del Impuesto Sobre la Renta vigente en México.

Otros Impuestos

En México no se causan impuestos a las herencias, donaciones, sucesiones o valor agregado sobre la propiedad, transferencia, canje o enajenación de las Acciones Serie L, si bien los receptores de transferencias gratuitas de Acciones Serie L pueden en ciertos casos ser sujetos de la aplicación de un impuesto federal mexicano. En México no existen impuestos de timbres, emisión, registro o similares ni impuestos o derechos similares pagaderos por los tenedores de Acciones Serie L.

El reembolso de capital de conformidad con un retiro de Acciones estará exento de impuestos hasta por un monto equivalente al capital aportado actualizado correspondiente a las Acciones que se reembolsarán. Cualquier excedente se considerará como dividendos para los efectos fiscales y la Empresa puede ser sujeta de impuestos (tal como se mencionó con anterioridad).

COCA-COLA FEMSA, S.A. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS

INDICE DE LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS Y COMBINADOS

	Página
Informe de los contadores independientes	F-3
Estado de Situación Financiera Consolidado al 31 de diciembre de 1992 y 1991	F-4
Estado de Resultados Consolidado por el año terminado el 31 de diciembre de 1992 y Estado de Resultados Combinado por los años terminados el 31 de diciembre de 1991 y 1990	F-5
Estados de Variaciones en las Cuentas del Capital Contable Consolidado y Combinado por los años terminados el 31 de diciembre de 1992, 1991 y 1990	F-6
Estado de Cambios en la Situación Financiera Consolidado por el año terminado el 31 de diciembre de 1992 y Estado de Cambios en la Situación Financiera Combinado por los años terminados el 31 de diciembre de 1991 y 1990	F-7
Notas a los Estados Financieros Consolidados y Combinados al 31 de diciembre de 1992, 1991 y 1990.	F-8
Estado de Situación Financiera Consolidado al 30 de junio de 1993 y al 31 de diciembre de 1992	F-19
Estados de Resultados Consolidado no Auditado por los seis meses terminados el 30 de junio de 1993 y 1992	F-20
Estado de Variaciones en las Cuentas del Capital Contable Consolidado por los seis meses terminados el 30 de junio de 1993	F-21
Estado de Cambios en la Situación Financiera Consolidado no Auditado por los seis meses terminados el 30 de junio de 1993 y 1992	F-22
Notas a los Estados Financieros Consolidados no Auditados al 30 de junio de 1993 y 1992 y al 31 de diciembre de 1992	F-23

COCA-COLA FEMSA, S.A. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS

(Antes FEMSA Refrescos, S.A. de C.V. y Subsidiarias)

ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

Al 31 de Diciembre de 1992

RUIZ, URQUIZA Y CIA., S. C.
CONTADORES PUBLICOS

A los Señores Accionistas de Coca-Cola FEMSA. S.A. de C.V.
(antes FEMSA Refrescos, S.A. de C.V.):

Hemos examinado el estado de situación financiera consolidado de COCA-COLA FEMSA, S.A. DE C.V. y SUBSIDIARIAS (ANTES FEMSA REFRESCOS, S.A. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS), al 31 de diciembre de 1992 y 1991 y los correspondientes estados consolidados de resultados, de variaciones en las cuentas del capital contable y de cambios en la situación financiera por el año terminado el 31 de diciembre de 1992, y los estados combinados de resultados, de variaciones en las cuentas del capital contable y de cambios en la situación financiera por los años terminados el 31 de diciembre de 1991 y 1990. Dichos estados fiancieros son responsabilidad de la administración de la Compañía. Nuestros exámenes fueron practicados de acuerdo con normas de auditoría generalmente aceptadas y, en consecuencia, incluyeron las pruebas de los registros de contabilidad y otros procedimientos de auditoría que consideramos necesarios en las circunstancias.

De acuerdo a lo mencionado en la Nota 6 a los estados financieros adjuntos, la Compañía siguiendo financieramente un criterio conservador, decidió reconocer el pasivo correspondiente al costo actual por servicios pasados del plan de pensiones al personal, el cual ascendió a N$11,938,000, mismo que se determinó con base a cálculos actuariales. Conforme a principios de contabilidad generalmente aceptados, dicho costo debe amortizarse en el período que de acuerdo al estudio actuarial, se estima que los empleados empezarán a recibir los benificios del plan.

En nuestra opinión, excepto por haber reconocido en los resultados de 1992 el costo total de los servicios pasados del plan de pensiones al personal conforme a lo mencionado en el párrafo precedente, los estados financieros consolidados adjuntos presentan razonablemente la situación financiera de Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. y Subsidiarias (antes FEMSA Refrescos, S.A. de C.V.) al 31 de diciembre de 1992 y 1991 y los resultados de sus operaciones y los cambios en su situación financiera por el año terminado el 31 de diciembre de 1992, y los estados combinados de resultados y los cambios en su situación financiera por los años terminados el 31 de diciembre 1991 y 1990, de conformidad con principios de contabilidad generalmente aceptados.

RUIZ, URQUIZA Y CIA., S.C.

C.P. Ernesto González Dávila
Registro en la Administrción General
de Auditoría Fiscal Federal Núm. 4931

Monterrey, N.L.
25 de febrero de 1993
(Excepto por la actualización a pesos constantes al 30 de junio de 1993 como se menciona en la Nota 2(a) y 21 de junio de 1993 en relación con los eventos subsecuentes mencionados en la Nota 10.)

COCA-COLA FEMSA, S.A. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS

(Antes FEMSA Refrescos, S.A. de C.V. y Subsidiarias)

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA CONSOLIDADO

Al 31 de Diciembre de 1992 y 1991

Expresado en Pesos de Poder Adquisitivo al 30 de Junio de 1993

Cifras en Miles de Nuevos Pesos (NPs)

	1992	1991
ACTIVOS		
Circulante:		
Efectivo	NPs 2,145	NPs 2,214
Cuentas por cobrar:		
Clientes	54,147	48,484
Documentos por cobrar	149	217
Otros	19,918	15,860
	74,214	64,561
Inventarios	64,781	64,376
Pagos anticipados	41,329	11,904
Total Activo Circulante	182,469	143,055
Propiedades, Planta y Equipo		
Terrenos	66,002	61,326
Edificios, maquinaria y equipo	1,066,426	931,619
Depreciación acumulada	(371,104)	(388,117)
Inversiones en proceso	61,925	158,489
Botellas y cajas	117,456	72,116
	940,705	835,433
Otros Activos	1,889	1,609
Cargos Diferidos, Neto	9,575	11,799
	NPs1,134,638	NPs991,896
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE		
PASIVO CIRCULANTE:		
Documentos e intereses por pagar a FEMSA	NPs 378,288	NPs276,685
Proveedores	52,225	39,031
Cuentas por pagar	12,307	21,755
Obligaciones fiscales por pagar	20,944	32,931
Financiamiento de FEMSA	13,253	6,231
Otros pasivos	7,482	3,179
Total Pasivo Circulante	484,499	379,803
Plan de Pensiones	11,938	
Prima de Antigüedad	5,446	5,659
Financiamiento a Largo Plazo de FEMSA	418,801	305,179
Otros Pasivos	2,171	4,262
	922,855	694,903
Capital Contable:		
Capital social	291,699	320,381
Utilidades retenidas	12,282	
Utilidad neta del año	107,811	44,065
Resultado acumulado por tenencia de activos no monetarios	(200,009)	(67,453)
Total Capital Contable	211,783	296,993
	NPs1,134,638	NPs991,896

Las notas a los estados financieros que se acompañan, son parte integrante del presente estado de situación financiera consolidado.

COCA-COLA FEMSA, S.A. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS

(Antes FEMSA Refrescos, S.A. de C.V. y Subsidiarias)

ESTADO DE RESULTADOS CONSOLIDADO

Por el Año Terminado el 31 de Diciembre de 1992 y

ESTADO DE RESULTADOS COMBINADO

Por los Años Terminados el 31 de Diciembre de 1991 y 1990

Expresado en Pesos de Poder Adquisitivo al 30 de Junio de 1993

Cifras en Miles de Nuevos Pesos (NPs)

(Excepto Número de Acciones y Utilidad por acción)

	1992	1991	1990
Ventas netas	NPs 1,591,497	NPs 1,463,596	NPs 1,193,538
Otros ingresos	9,558	4,527	9,938
Ingresos totales	1,601,055	1,468,123	1,203,476
Costo de ventas	775,136	736,049	667,109
Utilidad bruta	825,919	732,074	536,367
Gastos de operación:			
De administración	156,430	125,031	100,945
De venta	462,971	405,159	344,799
	619,401	530,190	445,744
Utilidad de operación	206,518	201,884	90,623
Costo integral de financiamiento:			
Intereses	202,832	118,027	48,707
Fluctuación cambiaria	15,316	2,103	(186)
Ganancia por posición monetaria	(179,278)	(113,039)	(57,690)
	38,870	7,091	(9,169)
Otros productos, neto	8,856	41,541	22,450
Utilidad antes de impuesto sobre la renta, impuesto al activo, participación de utilidades a trabajadores y partidas extraordinarias	176,504	236,334	122,242
Impuesto sobre la renta, impuesto al activo y participación de utilidades a trabajadores	65,012	98,134	53,311
Utilidad antes de partidas extraordinarias	111,492	138,200	68,931
Crédito extraordinario por amortización de pérdidas fiscales de ejercicios anteriores	8,257	14,137	40,299
Costo de servicios pasados del plan de pensiones	(11,938)		
Utilidad neta del año	NPs 107,811	NPs 152,337	NPs 109,230
Promedio ponderado de acciones en circulación (miles)	324,902	241,575	241,575
Utilidad neta por promedio ponderado de acciones en circulación	NPs 0.33	NPs 0.63	NPs 0.45

Las notas a los estados financieros que se acompañan, son parte integrante de los presentes estados de resultados consolidado y combinado.

COCA-COLA FEMSA, S.A. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS

(Antes FEMSA Refrescos, S.A. de C.V. y Subsidiarias)

ESTADO DE VARIACIONES EN LAS CUENTAS DEL CAPITAL CONTABLE CONSOLIDADO Y COMBINADO

Por los Años Terminados el 31 de Diciembre de 1992, 1991 y 1990

Expresados en Pesos de Poder Adquisitivo al 30 de Junio de 1993

Cifras en Miles de Nuevos Pesos (NPs)

	Capital Social	Utilidades Retenidas	Utilidad Neta del Año	Resultado Acumulado por Tenencia de Activos No Monetarios	Total Capital Contable
SALDOS COMBINADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 1989	NPs 310,974	NPs 33,263	NPs 57,476	NPs 198,610	NPs 600,323
Traspaso de la utilidad neta del año		57,476	(57,476)		
Incremento en el capital social de las subsidiarias	24,858				24,858
Utilidad neta del año			109,230		109,230
Resultado por tenencia de activos no monetarios				(50,689)	(50,689)
Dividendos pagados		(71,651)		(8,617)	(80,268)
SALDOS COMBINADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 1990	NPs 335,832	NPs 19,088	NPs 109,230	NPs 139,304	NPs 603,454
Traspaso de la utilidad neta del año		109,230	(109,230)		
Disminución en el capital social de las subsidiarias	(87,738)				(87,738)
Utilidad neta del período			108,272		108,272
Resultado por tenencia de activos no monetarios				(31,242)	(31,242)
Dividendos pagados		(48,013)			(48,013)
SALDOS COMBINADOS AL 31 DE OCTUBRE DE 1991	NPs 248,094	NPs 80,305	NPs 108,272	NPs 108,062	NPs 544,733
Creación de FEMSA Refrescos y traspaso de capital social recibido de FEMSA	33,554	(80,305)	(108,272)	(109,102)	(264,125)
Incremento en el capital social	38,733				38,733
Utilidad neta del período			44,065		44,065
Resultado por tenencia de activos no monetarios				(66,413)	(66,413)
SALDOS CONSOLIDADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 1991	NPs 320,381	NPs	NPs 44,065	NPs (67,453)	NPs 296,993
Traspaso de la utilidad neta del año		44,065	(44,065)		
Disminución en el capital social	(28,682)				(28,682)
Utilidad neta del año			107,811		107,811
Resultado por tenencia de activos no monetarios				(132,556)	(132,556)
Dividendos pagados		(31,783)			(31,783)
SALDOS CONSOLIDADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 1992	NPs 291,699	NPs 12,282	NPs 107,811	NPs (200,009)	NPs 211,783

Las notas a los estados financieros que se acompañan son parte integrante del presente estado de variaciones en las cuentas del capital contable consolidado y combinado.

COCA-COLA FEMSA, S.A. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS

(Antes FEMSA Refrescos, S.A. de C.V. y Subsidiarias)

ESTADO DE CAMBIOS EN LA SITUACION FINANCIERA CONSOLIDADO

Por el Año Terminado el 31 de Diciembre de 1992 y

ESTADO DE CAMBIOS EN LA SITUACION FINANCIERA COMBINADO

Por los Años Terminados el 31 de Diciembre de 1991 y 1990

Expresado en Pesos de Poder Adquisitivo al 30 de Junio de 1993

Cifras en Miles de Nuevos Pesos (NPs)

	1992	1991	1990
Recursos Generados por (Utilizados En):			
Operación:			
Utilidad neta del año	NPs107,811	NPs152,337	NPs109,230
Depreciación	32,840	30,454	32,045
Costo de servicios pasados del plan de pensiones	11,938		
Otros	1,794	1,990	3,153
	154,383	184,781	144,428
Capital de trabajo:			
Cuentas por cobrar	(9,654)	(16,230)	(6,385)
Inventarios	(4,064)	(3,004)	(31,953)
Pagos anticipados	(29,424)	(9,916)	(667)
Proveedores	13,194	13,266	(3,189)
Cuentas por pagar	(9,448)	14,122	(767)
Obligaciones fiscales por pagar	(11,987)	13,942	(10,064)
Otros	4,311	(23,992)	16,697
	(47,072)	(11,812)	(36,328)
Recursos Generados por la Operación	107,311	172,969	108,100
Inversión:			
Propiedades, planta y equipo	166,030	216,721	72,490
Cargos diferidos	(1)	2,968	266
Otros activos	280	(17)	(46)
Recursos Utilizados en Actividades de Inversión	166,309	219,672	72,710
Financiamiento:			
(Decremento) incremento en el capital social	(28,682)	(87,738)	24,858
Dividendos pagados	(31,783)	(48,013)	(80,268)
Incremento en documentos e intereses por pagar	234	6,202	2,961
Financiamiento de FEMSA	146,971	209,251	119,635
Amortización en términos reales del pasivo a largo plazo	(27,811)	(31,064)	(30,424)
Venta de acciones			(72,003)
Recursos Generados (Utilizados) en Actividades de Financiamiento	58,929	48,638	(35,241)
(Decremento) incremento, neto en efectivo	(69)	1,935	149
Saldo inicial del año	2,214	279	130
Saldo final del año	NPs 2,145	NPs 2,214	NPs 279

Las notas a los estados financieros que se acompañan, son parte integrante de los presentes estados de cambios en la situación financiera consolidado y combinado.

COCA-COLA FEMSA, S.A. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS

(Antes FEMSA Refrescos, S.A. de C.V. y Subsidiarias)

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS Y COMBINADOS
Al 31 de Diciembre de 1992, 1991 y 1990

Expresadas en Pesos de Poder Adquisitivo al 30 de Junio de 1993
Miles de Nuevos Pesos (NPs)

Actividades de la Compañía

Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. (Coca-Cola FEMSA), es una corporación mexicana controlada por Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V. (FEMSA), y fue creada el 31 de octubre de 1991 como parte del proceso de reestructuración de la tenencia accionaria de FEMSA, para llevar a cabo asociaciones estratégicas en sus negocios.

Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. y sus Subsidiarias (la "Compañía"), como una unidad económica, están dedicadas a la producción y distribución de refrescos, a través de 2 franquicias de Coca Cola que operan en la Ciudad de México y su área metropolitana, que constituye la región del Valle de México, y la región del Sureste de México.

Nota 1. Bases de los Estados Financieros Combinados y Consolidados.

Los estados financieros consolidados y combinados al 31 de diciembre de 1992, 1991 y 1990 incluyen los estados financieros de Coca-Cola FEMSA y los de todas las compañías subsidiarias, de las cuales a la fecha posee el 99% de sus acciones.

Hasta el 31 de octubre de 1991, las acciones de las subsidiarias de Coca-Cola FEMSA fueron propiedad de FEMSA (compañía tenedora). Como las subsidiarias no fueron propiedad de la Compañía en la mayor parte de 1991, los estados de resultados y de cambios en la situación financiera por los años terminados el 31 de diciembre de 1991 y 1990 son presentados sobre una base combinada. Todos los saldos y operaciones intercompañías han sido eliminados.

Las subsidiarias de Coca-Cola FEMSA son las siguientes:

Valle de México	Sureste
Industria Embotelladora de México, S.A. de C.V.	Embotelladora del Istmo, S.A. de C.V.
Delmist, S.A. de C.V.	Refrescos de Oaxaca, S.A. de C.V.
Embotelladora de Tlalnepantla, S.A. de C.V.	Embotelladora Sin Rival, S.A. de C.V.
Jugos Naturales, S.A. de C.V.	Distribuidora Sureña, S.A. de C.V.
Gore, S.A. de C.V.	Inmuebles del Golfo, S.A. de C.V.
Distribuidora de Bebidas Valle de México, S.A. de C.V.	Inmuebles Industriales del Istmo, S.A. de C.V.
Distribuidora Trans-Istmo, S.A. de C.V.	
Maquinaria y Vehículos Mavesa, S.A. de C.V.	
Propimex, S.A. de C.V.	
First Latin American, S.A. de C.V.	
Distribuidora Comercial Dico, S.A. de C.V.	
Refrescos y Aguas Minerales, S.A. de C.V.	
Dirección y Servicios, S.A. de C.V.	
Servicios y Refacciones Centralizadas, S.A. de C.V. (anteriormente Aguas, Refrescos y Bebidas, S.A. de C.V.)	

Nota 2. Principales Políticas Contables.

Los estados financieros han sido preparados en nuevos pesos (NPs), los cuales son equivalentes a mil pesos de la moneda utilizada con anterioridad al 1° de enero de 1993.

a) Reconocimiento de los Efectos de la Inflación en los Estados Financieros.

Los estados financieros consolidados y combinados han sido preparados de acuerdo con el boletín B-10 "Reconocimiento de los Efectos de la Inflación en la Información Financiera", y sus adecuaciones, el cual reconoce los efectos de la inflación.

Los estados financieros del año y de los años anteriores presentados para efectos comparativos, fueron actualizados en términos de poder adquisitivo al 30 de junio de 1993.

b) Efectivo:

El efectivo consiste en depósitos en cuentas bancarias que no causan intereses.

c) Inventarios y Costo de Ventas:

El valor de los inventarios finales se actualiza a costos específicos de reposición, sin que exceda el valor de mercado. El costo de ventas del año se determina, principalmente, con base en el valor de reposición de los inventarios al momento de su venta.

d) Gastos Promocionales:

Los gastos promocionales son cargados a los resultados del año en el cual son erogados, excepto aquellos relativos al lanzamiento de nuevos productos y/o presentaciones, los cuales se registran como pagos anticipados y son amortizados en los resultados de acuerdo al tiempo en el que se estima que las ventas de estos productos y/o presentaciones alcanzarán su nivel normal de operaciones.

En 1992 se lanzaron al mercado tres nuevas presentaciones: litro y cuarto, litro y medio y medio litro, por lo que el rubro de pagos anticipados al 31 de diciembre de 1992 incluye NPs 15,278 por este concepto, los cuales serán amortizados totalmente en el año de 1993.

e) Anticipos a Proveedores:

Se actualizan en base al Indice Nacional de Precios al Consumidor (I.N.P.C.), considerando su antigüedad promedio, y se encuentran incluidos dentro del rubro de inventarios.

f) Propiedades, Planta y Equipo:

Los activos se registran originalmente a su costo de adquisición y/o construcción, y anualmente se practican avalúos por parte de peritos valuadores independientes, para presentar dichos activos a su valor neto de reposición.

La depreciación de los activos fijos se calcula bajo el método de línea recta, con base en el valor de avalúo promedio del año, considerando el valor residual y aplicando tasas que corresponden a la vida útil, en base a datos que son determinados por los mismos peritos que practicaron los avalúos, y se actualizan a nuevos pesos de cierre del año en base a factores derivados del I.N.P.C. Las nuevas adquisiciones se empiezan a depreciar en el año siguiente al que son dadas de alta en operación.

La vida útil estimada para los activos es la siguiente:

	Años
Edificios y construcciones	40 - 44
Maquinaria y equipo	14 - 23
Equipo de distribución	14 - 20
Otros equipos	7 - 20

g) Inversiones en Proceso:

Se actualizan con base en los índices específicos que proporcionan peritos valuadores independientes, para presentarlas a su valor de reposición.

h) Botellas y Cajas:

Las botellas y cajas son clasificadas como activo fijo y su valor es actualizado a costos de reposición. La depreciación se determina solo para efectos fiscales, y es calculada utilizando el método de línea recta a una tasa del 8% anual. Para efectos contables, la rotura es cargada a los gastos del año y la vida útil estimada es de aproximadamente 5 años.

El resultado rotura de botellas y cajas no difiere materialmente del resultado que se obtendría si la Compañía adoptara la política de depreciar las botellas y cajas en una vida útil de 5 años. En 1992, 1991 y 1990, el gasto incluido en el estado de resultados por roturas fue de NPs 37,000, NPs 35,729 y NPs 26,453, respectivamente.

i) Cargos Diferidos:

Se actualizan con base al I.N.P.C., considerando su antigüedad promedio y se amortizan en el plazo en que se espera recibir su beneficio, con base en el método de línea recta.

j) Pagos de la Compañía Coca-Cola:

La Compañía Coca-Cola ha participado en los programas de gastos de publicidad y promociones. Los recursos recibidos de Coca-Cola para publicidad y promociones son incluidos como una reducción a los gastos de venta. Adicionalmente, la Compañía Coca-Cola ha efectuado pagos en relación al programa de inversiones en activo fijo de la Compañía, que representen incremento en el volumen de ventas de los productos franquiciados por Coca-Cola, dichos pagos representan una recuperación del costo del concentrado incurrido por la Compañía. Los recursos recibidos por este concepto se incluyen en el rubro de otros productos, neto, los cuales ascendieron en 1992, 1991 y 1990 a NPs 11,497, NPs 39,582 y NPs 15,895, respectivamente.

k) Obligaciones de Carácter Laboral:

Las compañías reconocen el incremento en el pasivo por el plan de pensiones y jubilaciones y el pasivo por prima de antigüedad en los resultados del año, en base a cálculos actuariales, de acuerdo a las reglas contenidas en el Boletín D-3 "Obligaciones Laborales".

Las principales subsidiarias de la Compañía tienen constituido un fondo para el pago de pensiones a través de un fideicomiso irrevocable a favor de los trabajadores.

Las indemnizaciones por despido se aplican a los resultados del año en que ocurren.

l) Impuesto Sobre la Renta y al Activo:

La Compañía reconoce, a través del método de pasivo, el efecto futuro del Impuesto Sobre la Renta (ISR) y la Participación de los Trabajadores en las Utilidades (PTU) de las diferencias temporales entre la utilidad contable y fiscal, las cuales se espera que se reviertan en un período determinado de tiempo y se estima no van a ser reemplazadas por partidas de la misma naturaleza y valor similares.

Debido a que no existen diferencias temporales no recurrentes, la Compañía no ha registrado impuesto diferido alguno.

Cada compañía en lo individual determina y registra el ISR y el Impuesto al Activo (IMPAC), en base a lo causado en el año, de acuerdo a la legislación fiscal en vigor. Valores Industriales, S.A. (compañía tenedora de FEMSA), prepara sus declaraciones del ISR y del IMPAC sobre una base consolidada, la cual incluye la utilidad o pérdida fiscal de sus subsidiarias.

m) Costo Integral de Financiamiento:

El costo integral de financiamiento incluye los siguientes conceptos:

Intereses:

Se incluyen en el estado de resultados en la medida en que se devengan.

Fluctuaciones Cambiarias:

Las transacciones en moneda extranjera se registran convertidas en moneda nacional al tipo de cambio vigente a la fecha en que se efectúan. Posteriormente al cierre del año, los activos y pasivos en monedas extranjeras se expresan al tipo de cambio vigente a esa fecha, registrándose la fluctuación cambiaria directamente en los resultados del año.

Resultado por Posición Monetaria:

Es producto del efecto de los cambios en el nivel general de precios sobre las partidas monetarias, el cual se determina en base a la posición monetaria neta al inicio de cada mes, utilizando el I.N.P.C. y el resultado mensual se actualiza en términos de poder adquisitivo al 30 de junio 1993.

n) Actualización del Capital:

El objeto de esta actualización es presentar la inversión hecha por los accionistas y las pérdidas o utilidades generadas o incurridas a través del tiempo, en términos de poder adquisitivo al 30 de junio de 1993.

El resultado acumulado por tenencia de activos no monetarios representa la diferencia entre los valores de reposición y los valores actualizados determinados aplicando el I.N.P.C., de los activos no monetarios y su correspondiente efecto en el estado de resultados, cuando éstos son consumidos o depreciados.

Nota 3. Otras Cuentas por Cobrar.

	1992	1991
Compañía Coca-Cola	NPs11,136	NPs 9,568
Anticipos de Viaje a Empleados	1,806	1,422
Anticipos a Empleados	1,787	462
Reclamaciones de Seguros	1,481	1,408
Otros	3,708	3,000
	NPs19,918	NPs15,860

Nota 4. Inventarios.

	1992	1991
Productos terminados	NPs15,753	NPs 9,087
Productos en proceso	1,071	1,086
Materias primas	23,861	21,782
Inventario de refacciones	12,289	11,440
Inventario de artículos promocionales	4,096	13,318
Anticipos a proveedores	7,711	7,663
	NPs64,781	NPs64,376

Nota 5. Saldos y Operaciones Intercompañías.

a) Los estados financieros incluyen los saldos y operaciones con compañías afiliadas, que se detallan a continuación:

SALDOS

	1992	1991
Activos (clientes)	NPs1,909	NPs1,257
Pasivos (proveedores)	5,392	8,377

OPERACIONES

	1992	1991	1990
Ventas y otros ingresos	NPs 8,280	NPs 6,199	NPs 11,267
Compras de inventarios	76,470	91,956	72,092
Gastos de operación	13,241	15,454	6,574
Servicios corporativos	40,297	28,104	18,520
Intereses devengados a FEMSA	202,832	118,027	48,707

b) Las compañías han recibido (otorgado) fondos de (a) FEMSA, de acuerdo con un contrato a largo plazo con vencimiento a diez años.

El interés generado es agregado al financiamiento de FEMSA. La tasa de interés es determinada mensualmente, basada en la tasa de interés de los pasivos actuales de FEMSA y es ajustada al final del año. La tasa de interés promedio durante 1992, 1991 y 1990 fue 30.3%, 28.0% y 21.3%, respectivamente.

Nota 6. Plan de Pensiones.

Las compañías reconocen los derechos acumulados exigibles por prima de antigüedad, pagaderos en caso de separación del personal con 15 o más años de servicios prestados. Adicionalmente, cuentan con un plan de pensiones definidas y beneficios de incapacidad al personal administrativo y empleados de producción en algunas compañías subsidiarias, de acuerdo al plan de pensiones establecido.

La Compañía ha establecido un fideicomiso irrevocable a favor de los trabajadores, para cubrir el pago de las pensiones y jubilaciones. Los activos del fideicomiso consisten en inversiones en fondos de renta fija y variable a valor de mercado.

Al 31 de diciembre de 1992, los saldos del pasivo y del fideicomiso son los que se muestran a continuación:

Pasivo para plan de pensiones	NPs 22,047
Fideicomiso para plan de pensiones	10,109
	NPs 11,938

Las compañías, siguiendo financieramente un criterio conservador, decidieron reconocer en los resultados de 1992 como gasto, el pasivo por servicios pasados relacionados con el plan de pensiones, los cuales ascendieron a NPs 11,938, determinado en base a cálculos actuariales, mismos que establecieron que el período estimado en que los empleados empezarán a recibir los beneficios del plan era de 14 años, período en el cual de acuerdo con principios de contabilidad generalmente aceptados en México, debería haberse amortizado dicho pasivo.

Nota 7. Capital Contable.

Al 31 de diciembre de 1992, el capital social de la Compañía está representado por 231,121,020 acciones nominativas sin expresión de valor nominal, con cláusula de admisión de extranjeros.

El capital fijo asciende a NPs por acción 1 (valor histórico) y el capital variable es ilimitado.

El 31 de octubre de 1991, la Compañía fue creada y todas las acciones de las subsidiarias de Refrescos en poder de FEMSA fueron transferidas a Coca-Cola FEMSA. Como resultado de esta transacción, el capital fue reducido por NPs 264,125 y registrado como un pasivo a favor de FEMSA.

Durante 1991 y 1992 los accionistas aprobaron aumentos y disminuciones de capital de Coca-Cola FEMSA como sigue:

	Número de Acciones (Miles)	VALOR Histórico	VALOR Actualizado
31 de octubre de 1991, aportación inicial	228,869	NPs 228,869	NPs 281,648
9 de diciembre de 1991	34,252	34,252	38,733
SALDO AL 31 DE DICIEMBRE DE 1991	263,121	NPs 263,121	NPs 320,381
Promedio ponderado del número de acciones en circulación (miles)	241,575		
3 de junio de 1992	60,000	NPs 60,000	NPs 65,906
3 de julio de 1992	150,000	150,000	163,743
31 de agosto de 1992	(10,000)	(10,000)	(10,849)
23 de octubre de 1992	(232,000)	(232,000)	(247,482)
SALDO AL 31 DE DICIEMBRE DE 1992	231,121	NPs 231,121	NPs 291,699
Promedio ponderado del número de acciones en circulación (miles)	324,902		

La actualización del capital se presenta distribuida en cada una de las cuentas del capital que le dio origen y se integra de la siguiente manera:

	Valor Histórico	Actualización	Valor Actualizado
Capital social	NPs 231,121	NPs 60,578	NPs 291,699
Utilidades Retenidas	6,960	5,322	12,282
Utilidad neta del año	97,992	9,819	107,811

La utilidad neta de cada compañía está sujeta a la disposición legal que requiere que el 5% de la utilidad neta de cada año sea traspasada a la reserva legal, hasta que ésta sea igual al 20% del capital social. Esta reserva asciende a NPs 500 (valor histórico) y no es susceptible de distribuirse a los accionistas durante la existencia de la Compañía, excepto en la forma de dividendos en acciones.

Las utilidades retenidas y otras reservas que se distribuyan como dividendos, así como los efectos que se deriven de reducciones de capital, estarán gravados con un 35% de impuesto sobre la renta a cargo de la empresa en el caso de que no provengan de la utilidad fiscal neta y que se paguen a los accionistas minoritarios. En virtud de que la Compañía forma parte de un grupo que consolida fiscalmente, los dividendos pagados al accionista mayoritario no estarán sujetos al pago del impuesto sobre la renta.

Nota 8. *Entorno Fiscal.*

Los impuestos son calculados en la moneda en que ocurren las transacciones. Para efectos de presentación en los estados financieros son actualizados al 30 de junio de 1993, aplicando factores derivados del I.N.P.C.

Los impuestos son calculados sobre un resultado fiscal que difiere de la utilidad contable principalmente por lo siguiente:

	1992	1991	1990
Tasa impositiva	35%	35%	36%
Diferencias Permanentes:			
Ganancia por posición monetaria	(47)	(21)	(15)
Componente inflacionario	48	20	14
Diferencia entre la base de determinación fiscal y contable de los activos fijos vendidos	—	—	3
Gastos no deducibles	9	1	1
Otros	4	3	2
Diferencias Temporales:			
Depreciación	(5)	(2)	2
Costo de ventas vs. compras, mano de obra y otros gastos	(9)	(2)	(9)
Reservas	1	—	1
Aplicación de pérdidas fiscales	(7)	(7)	(31)
Subsidiarias con pérdidas fiscales	3	7	1
Otros	3	—	—
Provisión para impuesto sobre la renta	35%	34%	5%

La utilidad fiscal es incrementada o disminuida por los efectos de la inflación sobre ciertos activos y pasivos monetarios a través del componente inflacionario fiscal, el cual es similar a la ganancia por posición monetaria financiera.

El IMPAC se causa a razón del 2% sobre un promedio neto de la mayoría de los activos, a valores fiscales y de ciertos pasivos, pagándose únicamente por el monto que exceda del ISR del año. Cualquier pago que se efectúe es recuperable, en forma actualizada, contra el monto en que el ISR exceda del IMPAC en los cinco ejercicios subsecuentes.

La participación de utilidades a los trabajadores se calcula sobre un 10% de las utilidades individuales de cada una de las compañías subsidiarias, basada en la utilidad gravable, excepto por incluir la depreciación histórica, y excluir los efectos de la inflación.

Las provisiones del impuesto sobre la renta, impuesto al activo y participación de utilidades a los trabajadores, por los años 1992, 1991 y 1990, fueron las siguientes:

	1992	1991	1990
Impuesto sobre la renta y al activo	NPs55,257	NPs80,292	NPs48,521
Participación de utilidades a los trabajadores	9,755	17,842	4,790
	NPs65,012	NPs98,134	NPs53,311

Al 31 de diciembre de 1992, la Compañía y sus subsidiarias tienen pérdidas fiscales por NPs 27,076 actualizadas de acuerdo con la ley del impuesto sobre la renta, las cuales se podrán amortizar contra las utilidades fiscales en años subsecuentes.

El plazo de amortización se extiende hasta:

Años	
1993	NPs 10,557
1994	4,748
1995	1,113
1996	10,658
	NPs 27,076

Adicionalmente, se tiene NPs 2,523 de IMPAC recuperable, el cual puede ser aplicado contra el monto en que el ISR exceda del IMPAC del año, en los siguientes años.

Nota 9. Resumen de Información Financiera por Areas Geográficas:

A continuación se presentan los conceptos más importantes de la información financiera de la Compañía, divididos en las dos áreas geográficas en donde ésta opera.

	1992	1991	1990
Ventas Netas:			
Valle de México	NPs 1,176,911	NPs 1,072,115	NPs 888,210
Sureste	421,436	392,247	306,288
Eliminaciones	(6,850)	(766)	(960)
Consolidado	NPs 1,591,497	NPs 1,463,596	NPs 1,193,538
Utilidad de Operación:			
Valle de México	NPs 156,213	NPs 140,760	NPs 67,219
Sureste	50,305	61,124	23,404
Consolidado	NPs 206,518	NPs 201,884	NPs 90,623
Activos Fijos:			
Valle de México	NPs 622,741	NPs 559,753	NPs 500,102
Sureste	317,964	275,680	242,219
Consolidado	NPs 940,705	NPs 835,433	NPs 742,321
Inversiones en Activo Fijo:			
Valle de México	NPs 100,025	NPs 146,172	NPs 53,129
Sureste	66,005	70,549	19,361
Consolidado	NPs 166,030	NPs 216,721	NPs 72,490

Nota 10. Eventos Subsecuentes.

a) Asociación:

El pasado 25 de abril de 1993, la compañía tenedora, FEMSA, firmó una carta de intención relativa a una suscripción de capital de Corporación Inmex, una subsidiaria indirecta de la Compañía Coca-Cola, por un 30% del capital social de Coca-Cola FEMSA por el equivalente aproximadamente a $195 millones de dólares. Se estima que esta suscripción se lleve a cabo en el mes de junio de 1993.

Los recursos obtenidos de la aportación efectuada por Inmex, serán utilizados para el pago de parte del pasivo con FEMSA, producto del traspaso de las acciones de las subsidiarias hecho en 1991, cuando fue formada la Compañía como parte del proceso de reestructuración de la tenencia accionaria de la compañía tenedora.

La parte restante del pasivo, así como el financiamiento otorgado por FEMSA a las subsidiarias hasta el 14 de mayo de 1993 fue capitalizado en esta misma fecha, suscribiendo FEMSA 11,128,980 acciones de la serie "A" e Impulsora de Mercados, S.A. de C.V. (compañía subsidiaria de FEMSA) 90,250,000 acciones de la serie "L", acciones no preferentes con voto limitado, las cuales se estima serán colocadas entre el gran público inversionista, después de llevarse a cabo la asociación con Inmex.

Después de la suscripción de Inmex, FEMSA tendrá derecho a nombrar a 11 de un total de 16 consejeros, incluyendo al Presidente del Consejo de Aministración, así como a nombrar al Director General y al Director de Finanzas y Administración.

b) Cambio de Razón Social:

En Asamblea General Ordinaria de Accionistas celebrada el 21 de junio de 1993, se aprobó lo siguiente:

El cambio de razón social de la Compañía de FEMSA Refrescos, S.A. de C.V., a Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V..

El total del capital social de la Compañía fue convertido en capital fijo.

COCA-COLA FEMSA, S.A. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS

(Antes FEMSA Refrescos, S.A. de C.V. y Subsidiarias)

ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

Al 30 de Junio de 1993

COCA-COLA FEMSA, S.A. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
(Antes FEMSA Refrescos, S.A. de C.V. y Subsidiarias)
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA CONSOLIDADO
Al 30 de Junio de 1993 y 31 de Diciembre de 1992
Expresado en Pesos de Poder Adquisitivo al 30 de Junio de 1993
Cifras en Miles de Nuevos Pesos (NPs)

	Junio 30, 1993 (No Auditado)	Diciembre 31, 1992 (Auditado)
ACTIVOS		
Circulante:		
Efectivo	NPs 10,441	NPs 2,145
Cuentas por cobrar:		
Clientes	46,000	54,147
Documentos por cobrar	158	149
Otros	30,564	19,918
	76,722	74,214
Inventarios	65,837	64,781
Pagos anticipados	28,084	41,329
Total Activo Circulante	181,084	182,469
Propiedades, Planta y Equipo		
Terrenos	67,165	66,002
Edificios, maquinaria y equipo	1,069,793	1,066,426
Depreciación acumulada	(382,774)	(371,104)
Inversiones en proceso	115,512	61,925
Botellas y cajas	110,859	117,456
	980,555	940,705
Inversión en acciones	11,081	12
Otros Activos	59	1,877
Cargos Diferidos, Neto	17,592	9,575
	NPs1,190,371	NPs1,134,638
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE		
PASIVO CIRCULANTE:		
Préstamos bancarios a corto plazo	NPs 13,368	NPs 378,288
Documentos e intereses por pagar a FEMSA	48,067	52,225
Proveedores	25,985	12,307
Cuentas por pagar	32,592	20,944
Obligaciones fiscales por pagar		13,253
Financiamiento de FEMSA	540	7,482
Otros pasivos	120,552	484,499
Total Pasivo Circulante	13,086	11,938
Plan de Pensiones	5,285	5,446
Prima de Antigüedad		418,801
Financiamiento a Largo Plazo de FEMSA	2,328	2,171
Otros Pasivos	141,251	922,855
Capital Contable:		
Capital social	536,123	291,699
Prima en suscripción de acciones	463,755	
Utilidades retenidas	120,093	12,282
Utilidad neta del período	45,637	107,811
Resultado acumulado por tenencia de activos no monetarios	(116,488)	(200,009)
Total Capital Contable	1,049,120	211,783
	NPs1,190,371	NPs1,134,638

Las notas a los estados financieros consolidados que se acompañan, son parte integral del presente estado.

COCA-COLA FEMSA, S.A. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS

(Antes FEMSA Refrescos, S.A. de C.V. y Subsidiarias)

ESTADOS DE RESULTADOS CONSOLIDADO NO AUDITADO

Por los Seis Meses Terminados el 30 de Junio de:

Expresadas en Pesos de Poder Adquisitivo al 30 de Junio de 1993
Cifras en Miles de Nuevos Pesos (NPs)
(Excepto Número de Acciones y Utilidad por acción)

	1993	1992
Ventas netas	NPs 875,303	NPs 763,778
Otros ingresos	6,257	3,837
Ingresos totales	881,560	767,615
Costo de ventas	403,936	378,279
Utilidad bruta	477,624	389,336
Gastos de operación:		
De administración	78,183	72,892
De venta	277,469	219,785
	355,652	292,677
Utilidad de operación	121,972	96,659
Costo integral de financiamiento:		
Intereses	103,644	113,839
Fluctuación cambiaria	(1,101)	16,076
Ganancia por posición monetaria	(70,101)	(98,540)
	32,442	31,375
Otros (gastos) productos, neto	(4,395)	4,887
Utilidad antes de impuesto sobre la renta, impuesto al activo, participación de utilidades a trabajadores y partidas extraordinarias	85,135	70,171
Impuestos sobre la renta, al activo y participación de utilidades a trabajadores	41,296	33,933
Utilidad antes de partidas extraordinarias	43,839	36,238
Crédito extraordinario por amortización de pérdidas fiscales de ejercicios anteriores	1,798	1,693
Utilidad neta del período	NPs 45,637	NPs 37,931
Promedio ponderado de acciones en circulación (miles)	264,532	272,352
Utilidad neta por acción	NPs 0.17	NPs 0.14

Las notas a los estados financieros consolidados que se acompañan, son parte integrante del presente estado.

COCA-COLA FEMSA, S.A. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS

(Antes FEMSA Refrescos, S.A. de C.V. y Subsidiarias)

ESTADO DE VARIACIONES EN LAS CUENTAS DEL CAPITAL CONTABLE CONSOLIDADO

Por los Seis Meses Terminados el 30 de Junio de 1993

Expresadas en Pesos de Poder Adquisitivo al 30 de Junio de 1993
Miles de Nuevos Pesos (NPs)

	Capital Social	Prima en Suscripción de Acciones	Utilidades Retenidas	Utilidad Neta del Período	Resultado Acumulado por Tenencia de Activos No Monetarios	Total Capital Contable
SALDOS CONSOLIDADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 1992	NPs291,699	NPs	NPs 12,282	NPs107,811	NPs(200,009)	NPs 211,783
Traspaso del resultado del año anterior			107,811	(107,811)		
Suscripción de capital por FEMSA e Impulsora de Mercados, S.A. de C.V.	101,924				106,855	208,779
Suscripción de capital por Inmex, Corporation	142,500	463,755				606,255
Utilidad neta del período				45,637		45,637
Resultado por tenencia de activos no monetarios					(23,334)	(23,334)
SALDOS CONSOLIDADOS AL 30 DE JUNIO DE 1993	NPs536,123	NPs463,755	NPs120,093	NPs 45,637	NPs(116,488)	NPs1,049,120

Las notas a los estados financieros que se acompañan son parte integrante del presente estado de variaciones en las cuentas del capital contable consolidado.

COCA-COLA FEMSA, S.A. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS

(Antes FEMSA Refrescos, S.A. de C.V. y Subsidiarias)

Estado de Cambios en la Situación Financiera Consolidado No Auditado
Por los Seis Meses Terminados el 30 de Junio de:

Expresado en Pesos de Poder Adquisitivo al 30 de Junio de 1993
Cifras en Miles de Nuevos Pesos (NPs)

	1993	1992
Recursos Generados por (Utilizados en):		
Operación:		
Utilidad neta del período	NPs45,637	NPs37,931
Depreciación	20,339	15,136
Otros	1,728	434
	67,704	53,501
Capital de trabajo:		
Cuentas por cobrar	(4,674)	13,579
Inventarios	(4,635)	(9,490)
Pagos anticipados	12,452	(12,858)
Proveedores	(1,972)	7,832
Cuentas por pagar	14,225	654
Obligaciones fiscales por pagar	12,330	(12,591)
Otros	10,379	7,088
	38,105	(5,786)
Recursos Generados por la Operación	105,809	47,715
Inversión:		
Propiedades, planta y equipo	92,987	105,883
Cargos diferidos	8,520	2,985
Otros activos	(2,309)	(86)
Recursos Utilizados en Actividades de Inversión	99,198	108,782
Financiamiento:		
Aumento de capital	815,034	65,554
(Decremento) incremento en documentos e intereses por pagar	(378,130)	13,967
(Decremento) incremento en financiamiento de FEMSA	(449,735)	32,491
Incremento en préstamos bancarios a corto plazo	13,368	
Amortización en términos reales del pasivo a largo plazo		(21,027)
Dividendos pagados		(31,783)
Pasivo plan de pensiones	1,148	
Recursos (Utilizados) Generados en Actividades de Financiamiento	1,685	59,202
Incremento (decremento) neto en efectivo	8,296	(1,865)
Saldo inicial del período	2,145	2,222
Saldo final del período	NPs10,441	NPs 357

Las notas a los estados financieros consolidados que se acompañan, son parte integrante del presente estado.

COCA-COLA FEMSA, S.A. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS

(Antes FEMSA Refrescos, S.A. de C.V. y Subsidiarias)

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS NO AUDITADOS

Al 30 de Junio de 1993 y 1992 y al 31 de Diciembre de 1992

Expresadas en Pesos de Poder Adquisitivo al 30 de Junio de 1993

Miles de Nuevos Pesos (NPs)

(1) Asociación con la Compañía Coca-Cola.

Con fecha 21 de junio de 1993 se firmaron los acuerdos de asociación entre FEMSA y la compañía Coca-Cola, con el objeto de fortalecer la posición competitiva del negocio. La asociación se realizó a través de Inmex Corporation (subsidiaria indirecta de la Compañía Coca-Cola), la cual suscribió 142,500,000 acciones serie "D" representativas del 30% del capital social de Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. (Coca-Cola FEMSA), por el equivalente a 195 millones de dólares pagados en efectivo, de los cuales 149 milliones corresponden a una prima en suscripción de acciones.

Estos recursos fueron aplicados en su totalidad para liquidar parte del documento e intereses con FEMSA, adeudo derivado del traspaso de las acciones de las subsidiarias de FEMSA Refrescos realizado en octubre de 1991.

Como parte del acuerdo de asociación, FEMSA se comprometió a dejar a la compañía libre de pasivos financieros, por lo que con fecha 14 de mayo de 1993 se capitalizaron los pasivos existentes, suscribiendo FEMSA 11,128,980 acciones serie "A" e Impulsora de Mercados, S.A. de C.V. (subsidiaria de FEMSA) 90,250,000 acciones serie "L", éstas últimas serán colocadas entre el público inversionista.

En Asamblea General Ordinaria de Accionistas celebrada el 21 de junio de 1993, se aprobó el cambio de nombre de la compañía de FEMSA Refrescos, S.A. de C.V. a Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V.

(2) Bases de Consolidación.

a) Los estados financieros consolidados de Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. y Subsidiarias (la "Compañía") deberán ser leídos en conjunto con los estados financieros auditados de diciembre de 1992. La Compañía no ha efectuado cambios significativos en políticas contables durante los seis meses terminados el 30 de junio de 1993, excepto por la aplicación del nuevo boletín D-3 "Obligaciones Laborales", emitido por el Instituto Mexicano de Contadores Públicos, el cual está vigente desde principios de 1993. Este Boletín exige el reconocimiento del costo del plan de pensiones en el estado de resultados.

Al 31 de diciembre de 1992, como se menciona en las notas a los estados financieros, la Compañía decidió reconocer el costo de servicios pasados del plan de pensiones en 1992.

b) Los estados financieros han sido preparados en Nuevos Pesos (NPs), que equivalen cada uno a mil pesos de la moneda utilizada hasta antes del 1° de enero de 1993.

c) Los estados financieros consolidados al 30 de junio de 1993 y 1992 y los del 31 diciembre de 1992, incluyen los estados financieros de Coca-Cola FEMSA y de las siguientes compañías, de las que a la fecha posee un 99% de las acciones:

Valle de México	Sureste
Industria Embotelladora de México, S.A. de C.V.	Embotelladora del Istmo, S.A. de C.V.
Delmist, S.A. de C.V.	Refrescos de Oaxaca, S.A. de C.V.
Embotelladora de Tlalnepantla, S.A. de C.V.	Embotelladora Sin Rival, S.A. de C.V.
Jugos Naturales, S.A. de C.V.	Distribuidora Sureña, S.A. de C.V.
Gore, S.A. de C.V.	Inmuebles del Golfo, S.A. de C.V.
Refrescos y Aguas Nacionales, S.A. de C.V.*	Inmuebles Industriales del Istmo, S.A. de C.V.
Distribuidora de Bebidas Valle de México, S.A. de C.V.	
Distribuidora Trans-Istmo, S.A. de C.V.	
Maquinaria y Vehículos Mavesa, S.A. de C.V.	
Propimex, S.A. de C.V.	
First Latin American, S.A. de C.V.	
Impulsora Eggsa, S.A. de C.V.*	
Distribuidora Comercial Dico, S.A. de C.V.	
Refrescos y Aguas Minerales, S.A. de C.V.	
Dirección y Servicios, S.A. de C.V.	
Servicios y Refacciones Centralizadas, S.A. de C.V.	
Industria Embotelladora Nacional, S.A. de C.V.*	

* Iniciaron operaciones en 1993

(3) Otras Cuentas por Cobrar:

	Junio 30, 1993	Diciembre 31, 1992
Compañía Coca-Cola	NPs 18,772	NPs 11,136
Anticipos de viaje a empleados	4,456	1,806
Anticipos a empleados	1,716	1,787
Reclamaciones de seguros	701	1,481
Otros	4,919	3,708
	NPs 30,564	NPs 19,918

(4) Inventarios.

	Junio 30, 1993	Diciembre 31, 1992
Productos terminados	NPs 20,297	NPs 15,753
Productos en proceso	1,046	1,071
Materias primas	18,343	23,851
Almacén de refacciones	11,736	12,289
Almacén de artículos promocionales	6,198	4,096
Anticipo a proveedores	8,217	7,721
	NPs 65,837	NPs 64,781

(5) Pagos Anticipados.

Al 30 de junio de 1993, los pagos anticipados incluyen NPs 1,468 y NPs 5,042 de costos relativos al lanzamiento de nuevas presentaciones en 1992 y en los seis meses terminados el 30 de junio de 1993, respectivamente, los cuales serán amortizados durante el presente año.

(6) Inversión en Acciones.

Con fecha 17 de junio Coca-Cola FEMSA adquirió de una compañía afiliada 100,000 acciones de Industria Envasadora de Querétaro, S.A. de C.V., representativas del 20% de su capital social, por la cantidad de NPs 10,928. Esta compañía se formó en conjunto con los demás embotelladores de Coca-Cola en México, y producirá la totalidad del refresco en lata que se venderá en el país.

(7) Saldos y Operaciones con Partes Relacionadas.

Los estados consolidados de situación financiera y de resultados incluyen los siguientes saldos y operaciones con partes relacionadas:

	Junio 30, 1993	Diciembre 31, 1992
FEMSA:		
SALDOS		
Activos (clientes)	NPs 1,947	NPs 1,909
Pasivos (proveedores)	12,735	5,484

	Por los Seis Meses Terminados el 30 de Junio de:	
	1993	1992
OPERACIONES		
Ventas y otros ingresos	NPs 5,284	NPs 3,507
Compras de inventarios	40,586	38,157
Gastos de operación	4,533	12,186
Servicios corporativos	16,363	17,741
Intereses devengados a FEMSA	102,302	114,369

	Junio 30, 1993	Diciembre 31, 1992
COCA-COLA:		
SALDOS		
Activo (deudores diversos)	NPs 18,772	NPs 11,136

	Por los Seis Meses Terminados el 30 de Junio de:	
	1993	1992
OPERACIONES		
Compras de concentrado	NPs142,774	NPs122,612

(8) Propiedades, Planta y Equipo.

Al 30 junio de 1993 y 1992 los valuadores proporcionaron índices específicos para actualizar a valor neto de reposición el último avalúo practicado al 31 de diciembre de 1992 y 1991.

(9) Plan de Pensiones.

Al 30 de junio de 1993 los saldos del pasivo y del fondo en fideicomiso, así como también los gastos del período son los siguientes:

Pasivo por el plan de pensiones	NPs23,100
Fideicomiso por el plan de pensiones	10,014
	NPs13,086
Gastos del período:	
Costo laboral	NPs 487
Costo financiero	801
Amortización neta del diferido	(140)
Ganancia por posición monetaria del pasivo	(533)
	NPs 615

Durante 1993 se modificaron las políticas del plan de pensiones de la Compañía, estableciéndose un límite máximo de sueldo para participar en dicho plan. Lo anterior originó una disminución en el pasivo del plan de pensiones de NPs 3,933, la cual se amortizará de acuerdo al Boletín D-3. La amortización del período fue de NPs 140.

(10) Capital Contable.

En Asamblea General Ordinaria de Accionistas celebradas el 14 de mayo y el 21 de junio de 1993, se aprobó convertir el capital social variable en capital social fijo, con lo que al 30 de junio de 1993 el capital social está representado por 475 millones de acciones con valor nominal de un nuevo peso y está integrado de la siguiente forma:

Serie	Miles de Acciones
A	242,250
D	142,500
L	90,250
	475,000

Las acciones serie "A" solo podrán ser adquiridas por inversionistas mexicanos y representarán cuando menos el 51% del capital social suscrito, y en conjunto con las de la serie "D" tienen todos los derechos de voto pero están sujetas a ciertas restricciones para su transferencia. Las acciones de la serie "L" tiene voto y otros derechos corporativos limitados.

Adicionalmente se tienen autorizadas, sin suscribir 90,250,000 acciones de la serie "B" y 68,000,000 acciones de la serie "L".

Durante 1993 los accionistas aprobaron las siguientes emisiones de acciones:

	Número de Acciones (Miles)	VALOR Histórico	VALOR Actualizado
SALDO AL 31 DE DICIEMBRE DE 1991	263,121	NPs 263,121	NPs 319,341
3 de junio de 1992	60,000	60,000	65,906
SALDO AL 30 DE JUNIO DE 1992.....	323,121	323,121	385,247
Promedio ponderado de acciones en circulación (miles).....	272,352		
SALDO AL 31 DE DICIEMBRE DE 1992	231,121	231,121	291,699
14 de mayo de 1993	101,379	101,379	101,924
21 de junio de 1993	142,500	142,500	142,500
SALDO AL 30 DE JUNIO DE 1993.....	475,000	475,000	536,123
Promedio ponderado de acciones en circulación (miles).....	264,532		

La actualización del capital se presenta distribuida en cada una de las cuentas del capital que le dió origen y se integra de la siguiente manera:

	Valor Histórico	Actualización	Valor Actualizado
Capital social	NPs 475,000	NPs 61,123	NPs 536,123
Prima en suscripción de acciones.....	463,755	—	463,755
Utilidades retenidas.....	113,086	7,007	120,093
Utilidad neta del período	45,010	627	45,637

El resultado por tenencia de activos no monetarios fue una pérdida de NPs 23,334 al 30 de junio de 1993 y de NPs 132,469 al 31 de diciembre de 1992.

(11) Pagos de la Compañía Coca-Cola.

Los pagos recibidos de la Compañía Coca-Cola en el período por concepto de inversiones en activo fijo fueron NPs 1,002 y NPs 1,292 respectivamente, los cuales se presentan en el rubro de otros (gastos), productos, neto.

(12) Impuesto Sobre la Renta, Impuesto al Activo y Participación de Utilidades a los Trabajadores.

La provisión por los seis meses terminados al 30 de junio de 1993 y 1992 está integrada de la siguiente manera:

	1993	1992
Impuesto sobre la renta e impuesto al activo	NPs33,308	NPs28,837
Participación de utilidades a los trabajadores.....	7,988	5,096
	NPs41,296	NPs33,933