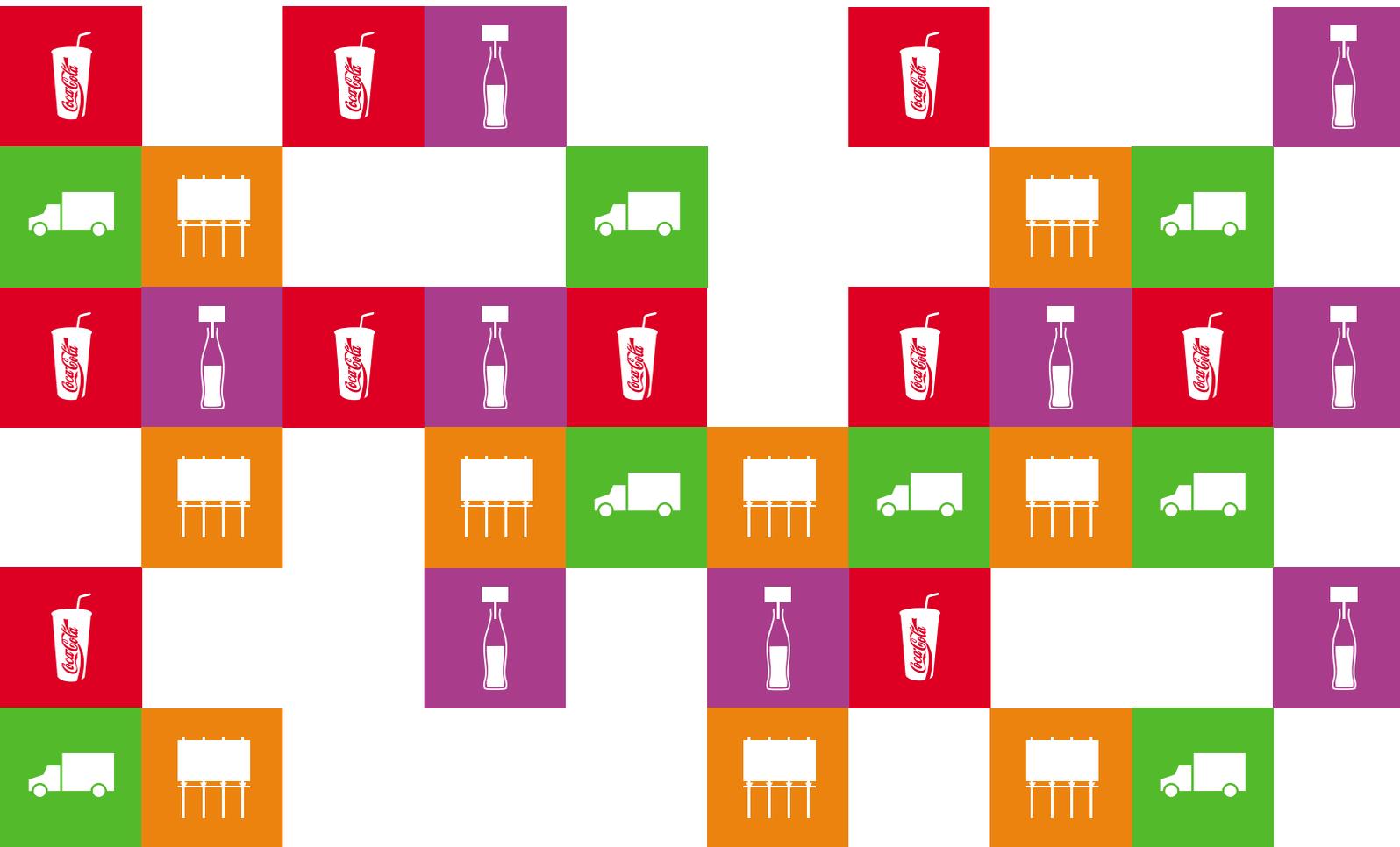




REPLICAR competencias clave . . .



. . . C R E A

*fuerza*

PARA MAXIMIZAR EL VALOR  
A LOS ACCIONISTAS



Coca-Cola FEMSA entrega diariamente un promedio equivalente a 2 millones de cajas unidad a 345,200 detallistas que atienden a una población de más de 39 millones de personas. Además, trabajamos para ofrecer valor a nuestros accionistas con un retorno atractivo de su inversión. Los factores clave para mejorar la rentabilidad consisten en aumentar el volumen de ventas de nuestros productos a un precio competitivo al tiempo que se mejora también la eficiencia operativa. Para lograr estos objetivos, concentramos nuestros esfuerzos en la estandarización de nuestras competencias básicas:

- **Portafolio de Productos:** Expansión del portafolio de presentaciones y marcas para satisfacer las demandas de los consumidores y para promover un aumento en nuestra participación de mercado
- **Producción y Distribución:** Racionalización de la capacidad de producción para incrementar el uso de nuestros activos fijos actuales y reestructurar los procesos de producción y distribución para mejorar la eficiencia operativa. Al mismo tiempo, integramos operaciones a través de una sofisticada tecnología de información
- **Mercadotecnia:** Implementación de estrategias y programas de mercadotecnia diseñados para aumentar la demanda de los consumidores por los productos de la Compañía
- **Experiencia Administrativa:** Evaluación de la adquisición de nuevas franquicias de embotelladoras en América Latina y mejoramiento de la calidad de la administración a todos los niveles.



## PERFIL

Coca-Cola FEMSA embotella y distribuye los productos de la marca Coca-Cola en el Valle de México (la ciudad de México y el área circundante), el Sureste de México (los estados de Oaxaca, Tabasco y Chiapas, y algunas zonas del estado de Veracruz) y en el Buenos Aires, Argentina (capital federal y el área circundante).

En cuanto se refiere a nuestro capital accionario, Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V. (FEMSA) es propietaria del 50%, una subsidiaria propiedad de The Coca-Cola Company posee el 30% y el público tiene 19%. Las acciones públicas de Coca-Cola FEMSA (KOF) son acciones serie L, con derechos de voto limitados que están incluidas en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV: KOFL) y como American Depository Receipts (ADR) en el New York Stock Exchange (NYSE: KOF). Cada ADR representa 10 acciones serie L.

Al 31 de diciembre de 2000, el capital accionario de Coca-Cola FEMSA estaba representado por 1.425 millones de acciones de capital fijo.

## Contenido

1	Información Financiera Sobresaliente
2	Carta del Presidente del Consejo y Director General
6	Portafolio de Productos
10	Producción y Distribución
16	Estrategías de Mercado
20	Carta del Director de Finanzas
23	Sección Financiera

## INFORMACIÓN SOBRESALIENTE

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

Millones de Pesos Mexicanos Constantes (Ps.) o Dólares Americanos (US\$) al 31 de Diciembre del 2000 (excepto volúmen e Información por acción)	2000 (US\$.)	2000 (Ps.)	1999 (Ps.)	% Variación	1995 (Ps.)	% Tasa Anual Ponderada 1995-2000
Ventas Totales	<b>1,726</b>	<b>16,585</b>	15,155	9.43%	10,848	8.86%
Flujo Operativo <sup>(1)</sup>	<b>438</b>	<b>4,212</b>	3,366	25.29%	1,646	20.70%
Utilidad Neta	<b>134</b>	<b>1,292</b>	1,044	23.71%	678	13.77%
Total Activos	<b>1,329</b>	<b>12,767</b>	11,908	7.21%	9,297	6.55%
Deuda a Largo Plazo	<b>308</b>	<b>2,956</b>	3,130	(6.22%)	3,846	(5.26)%
Total Capital Contable	<b>667</b>	<b>6,410</b>	6,277	2.12%	4,191	8.87%
Volumen de Ventas (Millones de cajas unidad)	<b>583</b>	<b>583</b>	544	7.13%	355	10.43%
Inversión en Activos Fijos	<b>93</b>	<b>895</b>	921	(2.85%)	1,270	(6.76)
Valor en libros por acción <sup>(2)</sup>	<b>4.7</b>	<b>4.5</b>	4.4	2.27%	2.7	10.84%
Utilidad neta por acción <sup>(2)</sup>	<b>0.94<sup>(3)</sup></b>	<b>0.91</b>	0.73	19.10%	0.48	13.85%

(1) Utilidad operativa más depreciación, amortización y otras partidas virtuales.

(2) Basado en 1,425 millones de acciones en circulación.

(3) Utilidad por ADR. Basado en 142.5 millones de ADRs en circulación.

Notas: Con el objeto de eliminar en las cifras de los años anteriores los efectos de la inflación en Coca-Cola FEMSA y sus subsidiarias Mexicanas y de la devaluación e inflación en Coca-Cola FEMSA Buenos Aires, la información financiera presentada en este reporte se encuentra expresada en Pesos Mexicanos con poder adquisitivo al 31 de diciembre del 2000.

Coca-Cola FEMSA Buenos Aires mantiene sus registros financieros en Pesos Argentinos. Para efectos de su incorporación en los estados financieros consolidados, los pesos Argentinos son convertidos a pesos Mexicanos al tipo de cambio del cierre del año.

**24%**

DEL TOTAL DE VENTAS DE  
COCA-COLA EN MÉXICO

**35%**

DEL TOTAL DE VENTAS DE  
COCA-COLA EN ARGENTINA

**3%**

DEL TOTAL DE VENTAS DE  
COCA-COLA EN EL MUNDO

Estamos comprometidos para construir un futuro sólido con base en nuestro éxito en el pasado.

Buscamos oportunidades para mejorar nuestras operaciones y para aumentar las áreas geográficas a las que servimos. Tenemos la plena confianza de que basados en esta meta podremos alcanzar la visión de ser el mejor del mundo, reconocido por su excelencia operativa y fortaleza administrativa. Hoy vamos por muy buen camino.

Proporcionamos un crecimiento de volumen que continuamente rebasa el crecimiento de los productos de Coca-Cola en toda América Latina, mientras que hemos obtenido un retorno en capital invertido por encima del costo de capital.



**José Antonio Fernández**  
Presidente de Consejo

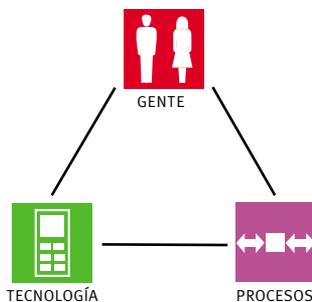


**Carlos Salazar Lomelín**  
Director General

Señores Accionistas:

*Como todos los años el 2000 nos presentó una serie de oportunidades y obstáculos. Pero tenemos que concluir que el resultado final ha sido positivo, entusiasta y con una serie de aprendizajes, que nos preparan mejor, como una Empresa y equipo de trabajo hacia el futuro.*

*Nuestros resultados económicos y de crecimiento están a la vista, hemos logrado avanzar en todos los indicadores financieros y hemos sobrepasado inclusive, las más optimistas estimaciones de crecimiento que se hicieron sobre nuestra Empresa.*



*Seguimos creyendo que todo esto ha sido logrado ya que durante años nos hemos preocupado por establecer prácticas de negocio claras, diferenciadas y apoyadas por gente talentosa y comprometida, y con el uso de sistemas de información, que nos han permitido monitorear las oportunidades del mercado, disminuir riesgos y potencializar nuestros activos.*

*Entender nuestro portafolio de marcas de acuerdo a las necesidades y posibilidades de cada consumidor, cuidar el valor de nuestra marca Coca-Cola y ejecutar diariamente en el mercado prácticas, que mejoran la relación con el detallista y aseguran la disponibilidad de nuestros productos fríos, han sido los elementos que explican porque una vez más incrementamos nuestros per cápita y mejoramos la mezcla en nuestras ventas.*

*Entender el comportamiento de la elasticidad de los precios y sus posibilidades de segmentación por canales nos ha permitido aprovechar y maximizar las oportunidades de mejora de márgenes en nuestra mezcla de ventas.*

*Continuar con nuestro proceso constante de mejora, que busca adecuar y entender las oportunidades de nuestra cadena de valor, nos ha ayudado a continuar con incrementos sustanciales en nuestra eficiencia, mejoras en nuestros costos y mejor aprovechamiento y absorción de nuestros costos fijos.*

*Nuestros sistemas de información los hemos alineado para que nos aseguren que nuestras mejores prácticas de negocios sean replicables, y podamos a todo lo largo y ancho de nuestra organización hacer de estas prácticas, claras ventajas competitivas, que aseguren a nuestros accionistas rentabilidad en el manejo de nuestras inversiones y aprovechamiento de nuestras oportunidades de crecimiento.*



*Seguimos pensando que somos un magnífico vehículo de crecimiento, porque cada día desarrollamos y replicamos prácticas de negocio que nos han permitido y nos permitirán:*

- Incrementar los consumos per cápita, en los territorios que actualmente tenemos.
- Introducir nuevas marcas, presentaciones de bebidas para satisfacer a los consumidores en los mercados que servimos.
- En el futuro, replicar estas prácticas de negocio y estas competencias clave en otros territorios distintos de los que hoy tenemos franquiciados.
- Manejar con la compañía Coca-Cola una relación profesional en donde nuestras aportaciones, hacen que cada día tengamos un mayor reconocimiento y respeto a nuestras prácticas de trabajo.

*Tenemos obstáculos importantes para continuar el crecimiento en la rentabilidad de Coca-Cola FEMSA. Sin duda Argentina con sus problemas económicos y su situación competitiva presenta retos; el Sureste de México con su dispersión y bajos niveles de per cápita, encarece nuestras operaciones, y la macrociudad del Valle de México, nos presenta diariamente retos en manejar eficientemente nuestra distribución.*

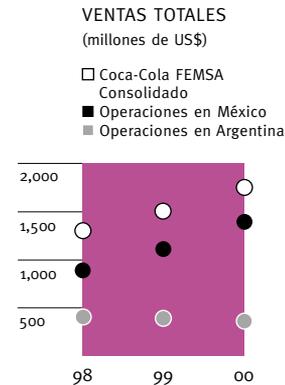
*Confiamos que, con el entendimiento cada vez más claro de nuestros procesos, con nuestra apuesta a la tecnología, que eficientiza nuestra organización, y sobre todo con nuestra gente talentosa y comprometida, podremos solucionar obstáculos y aprovechar oportunidades en el futuro, como lo hemos hecho hasta ahora.*

*Estamos orgullosos de nuestros logros, pero aún no estamos satisfechos. Por esta razón y porque conocemos los potenciales de nuestra Empresa y de nuestra gente, nos comprometemos con ustedes a establecer para el próximo año factores críticos de éxito, ambiciosos, que aseguren rentabilidad y crecimiento y que se basen en nuestra capacidad de replicar lo que sabemos hacer bien y en una actitud constante, por mejorar lo logrado y aprender cada día de nuestras experiencias.*

Gracias por su continuo apoyo e inspiración.

JOSÉ ANTONIO FERNÁNDEZ,  
Presidente de Consejo

CARLOS SALAZAR LOMELÍN,  
Presidente Ejecutivo



**8.9%**  
CRECIMIENTO PONDERADO  
ANUAL DESDE 1995  
EN VENTAS TOTALES  
(incluyendo adquisiciones)

**27.3%**  
CRECIMIENTO PONDERADO  
ANUAL DESDE 1995 EN  
UTILIDAD OPERATIVO  
(incluyendo adquisiciones)

**20.7%**  
CRECIMIENTO PONDERADO  
ANUAL DESDE 1995  
EN FLUJO OPERATIVO  
(incluyendo adquisiciones)

**13.8%**  
CRECIMIENTO PONDERADO  
ANUAL DESDE 1995  
EN UTILIDAD NETA  
(incluyendo adquisiciones)



*Coca-Cola FEMSA trabaja día con día para darle una refrescante bebida a más de 39 millones de personas, al distribuir 20 sabores distintos en más de 100 diferentes presentaciones.*



## E s t r a t é g i a   d e   P O R T A F O L I O   D E   P R O D U C T O S

En el año 2000, Coca-Cola FEMSA siguió desarrollando su arquitectura de portafolio de productos para poder satisfacer mejor las demandas de los mercados que atiende, al mismo tiempo que incrementó la rentabilidad total de la Compañía con base en la estrategia de segmentación. A la lista actual de productos de primera calidad, agregamos bebidas que complementaron nuestro portafolio puesto que ofrecen diversidad tanto en precio como en categoría de bebida. Este proceso es continuo y Coca-Cola FEMSA analiza otras nuevas bebidas de forma constante. Al 31 de Diciembre de 2000, Coca-Cola FEMSA producía y distribuía 20 marcas.

Como parte de la estrategia de expansión del portafolio de productos, introdujimos varias marcas nuevas en Argentina durante el año 2000. En el segmento de precio alto, Schweppes Tonic y Citrus se venden como productos de nicho con altos márgenes. En segmentos de precios más bajos, productos como Taí y, durante el primer trimestre 2001, Crush y Kin soda, apoyarán nuestros esfuerzos para competir exitosamente con marcas de precios bajos. Además, en Diciembre el lanzamiento del producto con base de jugo, Hi-C, expandió el portafolio de la Compañía para llevarlo más allá de la categoría de refrescos.

En cuanto a nuestro portafolio de presentaciones, durante el 2000 Coca-Cola FEMSA redefinió su estrategia de combinación de presentaciones, reforzando el compromiso con las presentaciones retornables. La diversidad en presentaciones nos permite segmentar mejor nuestro mercado. Hoy, vendemos productos retornables principalmente en abarroses. Estas presentaciones retornables de menor precio apoyan a estos detallistas con una presentación que les permite competir con los supermercados. Las presentaciones retornables, que son muy rentables para Coca-Cola FEMSA, también funcionan como una barrera de entrada para marcas de precio y apoyan al mercado fragmentado que existe en México. La presentación retornable también es importante en Argentina, donde utilizamos la presentación retornable de 1.5 litros para ofrecerle bebidas refrescantes a los más afectados por el difícil entorno económico. Además, durante el primer trimestre de 2001, vamos a introducir varias nuevas presentaciones retornables destinadas específicamente a las zonas de menores ingresos donde los consumidores han sido más afectados por la recesión Argentina.

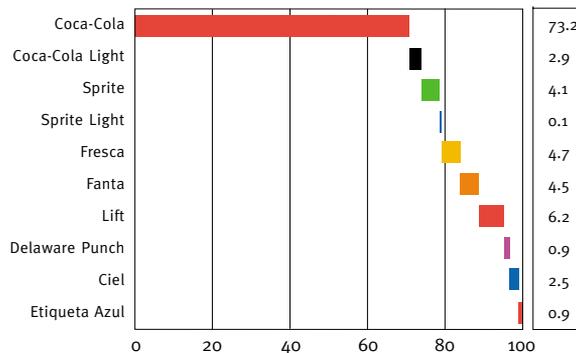




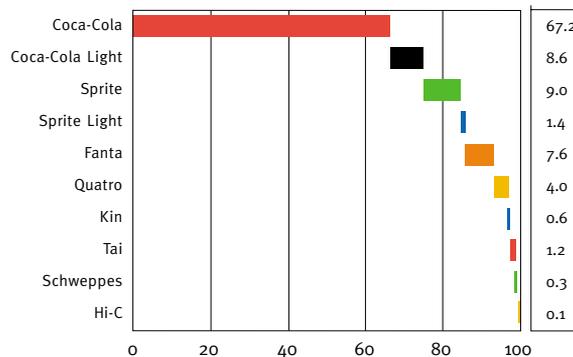
**Coca-Cola**

Con el apoyo de la fuerza de ventas y los sistemas informáticos, Coca-Cola FEMSA ha obtenido una mejor comprensión de las necesidades y preferencias de los consumidores en cuanto se refiere a presentaciones y productos. Con base en esta información trabajamos para elaborar un portafolio de productos con el que atenderemos las necesidades de nuestros mercados diversos al tiempo que aumentaremos la rentabilidad total de la Compañía.

MEZCLA DE PRODUCTOS EN MÉXICO  
(% de Ventas Totales)



MEZCLA DE PRODUCTOS EN ARGENTINA  
(% de Ventas Totales)



En México, las presentaciones más vendidas son las de botellas de plástico PET retornables de 2.0 litros, la botella de plástico PET no retornable de 600 ml y la botella de plástico PET no retornable de 2.0 litros, que representan 33%, 22% y 15% del total de ventas, respectivamente. La venta de las presentaciones retornables en México se estabilizó después de haber tenido varios años de una tendencia acelerada hacia los no retornables. Las presentaciones de vidrio y plástico retor-

nables ofrecen al consumidor una opción más económica aunque menos práctica. En promedio, el precio de la presentación retornable es 18% menor que la presentación no retornable del mismo tamaño. En el Valle de México, por ejemplo, la botella de plástico retornable de 2.0 litros de la marca Coca-Cola tiene un precio de Ps. 11.00 de aproximadamente 1.15 dólares. La presentación no retornable de 2 litros tiene un precio de Ps.13.00.



11.6%

CRECIMIENTO PODERADO  
ANUAL DESDE 1995  
EN VOLUMEN

101

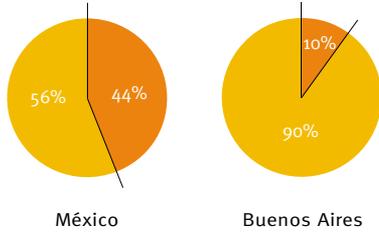
NUMERO DE  
DIFERENTES SKUs\*  
\* SKU: PAQUETE DE MEDIDA  
INDEPENDIENTE Y DE SABOR PARTICULAR

76.1%

DEL VOLUMEN TOTAL  
FUE PRODUCTO DE COLA

**MEZCLA DE PRESENTACIONES**  
(% de Volumen Total)

■ Retornable  
■ No Retornable (Incluye Post-Mix)

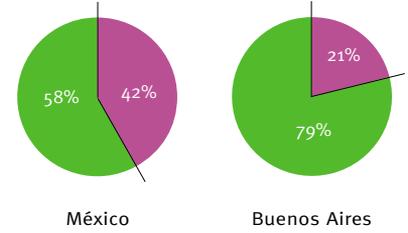


**A pesar de que la mezcla de presentaciones cambió rápidamente entre 1994 y 1999 (México: 12% a 55%; Argentina: 30% a 90%), durante el año 2000 esta tendencia se estabilizó.**

**La Compañía considera que en el futuro la mezcla de presentaciones retornables y no retornables permanecerá relativamente sin cambios.**

**MEZCLA DE PERSONAL/FAMILIAR**  
(% de Volumen Total)

■ Personal  
■ Familiar (1 litro y mas grande)



En Argentina, las presentaciones PET no-retornables de 2.25 litros y de 1.5 litros representaron respectivamente 40% y 29% del volumen total de ventas de refrescos en 2000. La presentación retornable tiene menos importancia en este mercado, con sólo 10% del volumen total de ventas.

Sin embargo, en las zonas de menores ingresos Coca-Cola FEMSA todavía proporciona a los consumidores la alternativa más económica de las presentaciones retornables. Un ejemplo del ahorro total, descontando el depósito del envase, es que una Coca-Cola retornable de 1.5 litros cuesta aproximadamente 25% menos que la misma presentación no retornable.



**6.6%**  
CRECIMIENTO PODERADO  
ANUAL DESDE 1995  
EN VOLUMEN

**79**  
NUMERO DE  
DIFERENTES SKUs\*  
\* SKU: PAQUETE DE MEDIDA  
INDEPENDIENTE Y DE SABOR PARTICULAR

**75.8%**  
DEL VOLUMEN TOTAL  
FUE PRODUCTO DE COLA



## E s t r a t é g i a   d e   P R O D U C C I Ó N   Y   D I S T R I B U C I Ó N

Durante los últimos años, Coca-Cola FEMSA se ha adaptado rápidamente a los distintos retos a los que se enfrenta en sus tres territorios. El volumen creció 10.4% en promedio en los últimos cinco años, un acelerado cambio en las presentaciones de retornables a las más convenientes presentaciones no retornables de plástico y un portafolio de productos en expansión, significa que la Compañía invirtió para aumentar capacidad y en un mejor sistema de distribución para satisfacer las rápidamente cambiantes necesidades operativas.

Durante el 2000, Coca-Cola FEMSA utilizó su conocimiento del mercado y utilizó sus avanzados sistemas de producción y distribución para mejorar los ingresos por ventas al mismo tiempo que reestructuró y mejoró la productividad en sus operaciones. Nuestro sistema de producción se hizo más eficiente, lo que nos permitió aumentar la capacidad total con menos plantas. De hecho, la reducción de cuellos de botella, el mejoramiento de la utilización de activos fijos y la explotación de tecnología de información avanzada le permitió a la Compañía cerrar tres plantas en México y una planta en Argentina y, al mismo tiempo, aumentar la capacidad instalada. A partir del año 2001, la Compañía no sólo cosechará los beneficios del sistema de producción más eficiente que se ha alcanzado este año, sino que seguirá eliminando cuellos de botella, aprovechando mejor sus sistemas de información y seguirá mejorando sus prácticas operativas.

Además de aumentar la productividad de las plantas existentes, Coca-Cola FEMSA espera completar la fase II de la megaplanta de Toluca durante el segundo semestre de 2001, incrementando con esto la capacidad instalada en aproximadamente 60 millones de cajas unidad. La planta de Toluca comenzó a operar el primero de tres módulos potenciales en Julio de 1998 y actualmente cuenta con una capacidad instalada de 140 millones de cajas unidad. Ésta es la más nueva y eficiente planta de producción operada por Coca-Cola FEMSA.





**Para operar con un menor número de instalaciones más eficientes,** se da una mayor atención a la logística de distribución; los productos se transportan a distancias más largas para llegar a los centros de distribución y, finalmente, al consumidor. En México, el complejo sistema de distribución de la Compañía utiliza una flota de nuestros propios camiones, carros eléctricos y carretillas de mano y los sistemas de distribución de terceros para cumplir con las regulaciones locales ambientales y de tráfico. Con estos vehículos, los productos de la Compañía se distribuyen desde 63 centros de distribución a más de 275,200 detallistas. En Argentina, Coca-Cola FEMSA opera 5 centros de distribución y distribuye sus productos por medio de su flota de camiones, subcontratistas y mayoristas independientes<sup>1</sup>. Con estos medios llegamos a más de 70 mil detallistas en el área metropolitana de Buenos Aires.

**Aunque consideramos que tenemos uno de los más avanzados sistemas de distribución en América Latina,** entregando más de un millón de cajas unidad diariamente tan solo en el Valle de México, la Compañía ve oportunidades significativas para mejorar la rentabilidad en esta área. Ya comenzamos varios proyectos enfocados en el mejor aprovechamiento de nuestros sistemas de información del control de inventario para disminuir más nuestros costos de distribución.

**Tanto en la producción como en la distribución, nos hemos puesto metas altas** para seguir encontrando procesos más eficientes que se puedan compartir como mejores prácticas a toda nuestra organización. Al replicar estas prácticas y premiar el pensamiento innovador por parte de nuestros empleados, podemos lograr sistemas de producción y distribución estandarizados y en continuo mejoramiento, lo que permitirá un aumento adicional en la productividad y el fortalecimiento de nuestras competencias básicas.

**En el año 2000 nos enfocamos** a reestructurar nuestro proceso de producción y darle un mejor aprovechamiento a nuestros activos fijos. Aunque la inversión en activos fijos promedio durante los últimos cinco años fue de aproximadamente US\$120 millones, en el 2000 la inversión total fue de US\$93 millones. Durante el 2000, estas inversiones se destinaron a construir capacidad adicional dentro de nuestras instalaciones más eficientes, al tiempo que se cerraron las menos eficientes.

**Esta reestructuración y estandarización de nuestras operaciones,** que toma en cuenta y se adapta a distintos entornos económicos y culturales, constituye otra de las competencias básicas de Coca-Cola FEMSA que nos permitirá reproducir nuestro éxito en cualquier expansión a futuro.

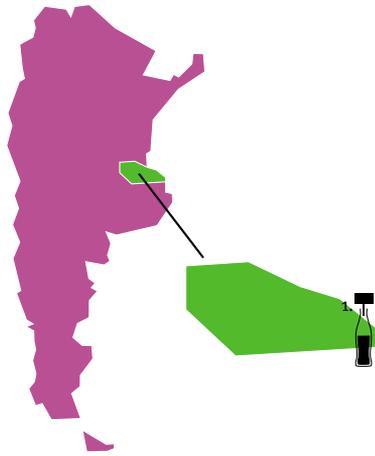
<sup>1</sup> Los mayoristas independientes distribuyen aproximadamente el 15% de las ventas en Argentina



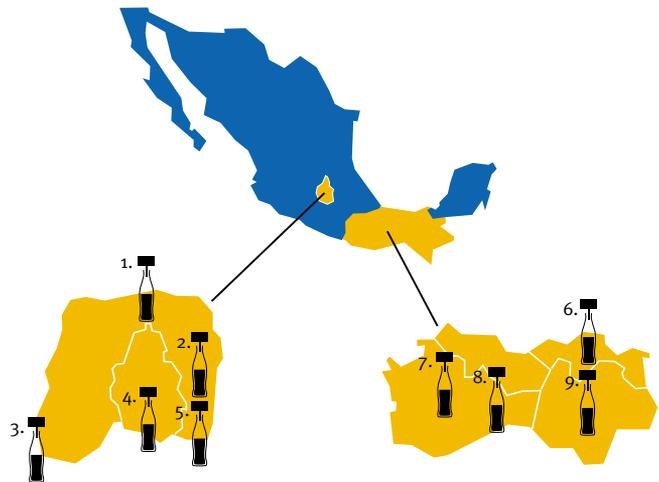


La inversión en activos (incluyendo inversiones en botellas, cajas y cargos diferidos) para el año 2000 fue de 93 millones de dólares. Coca-Cola FEMSA estima que para 2001 la inversión en activos permanecerá en su nivel actual. Estas inversiones incluyen el costo para iniciar la segunda fase de la planta de Toluca (que abrió sus puertas por primera vez en Julio de 1998), para expandir su capacidad anual actual de aproximadamente 140 millones de cajas unidad en más de 40%.

	Valle de México	Sureste de México	Buenos Aires
<b>Plantas</b>			
2000	5	4	1
1999	6	6	2
<b>Centros de Distribución</b>			
2000	19	44	5
1999	20	39	5
<b>Rutas</b>			
2000	1,083	451	211
1999	1,135	427	282
<b>Empleados</b>			
	México		
2000	12,821		2,233
1999	12,889		2,384



1. Alcorca



- 1. Cuautitlán
- 2. Cedro
- 3. Toluca\*
- 4. Tlalpan II
- 5. Reyes
- 6. Villahermosa
- 7. Oaxaca
- 8. Juchitán
- 9. San Cristóbal

(\*Inmediatamente a las afueras de la Cd. de México)

En las plantas del Valle de México y del Sureste, Coca-Cola FEMSA produjo más de 460 millones de cajas unidad, entregando más de 1.6 millones de cajas unidad diaria. El producto fue distribuido a través de un total de 63 centros de distribución que después dieron servicio a más de 275,000 detallistas.

La planeación y coordinación que se requiere para este tipo de este esfuerzo de producción y distribución es considerable. Al utilizar el sofisticado software de planeación de recursos empresariales SAP-ERP y el software de distribución Numetrix, nuestros empleados pueden cumplir mejor con sus responsabilidades, con lo que se mejora la productividad y eficiencia total de nuestras operaciones.



611.7

CAPACIDAD INSTALADA  
EN MILLONES DE  
CAJAS UNIDAD

71%

UTILIZACIÓN DE CAPACIDAD

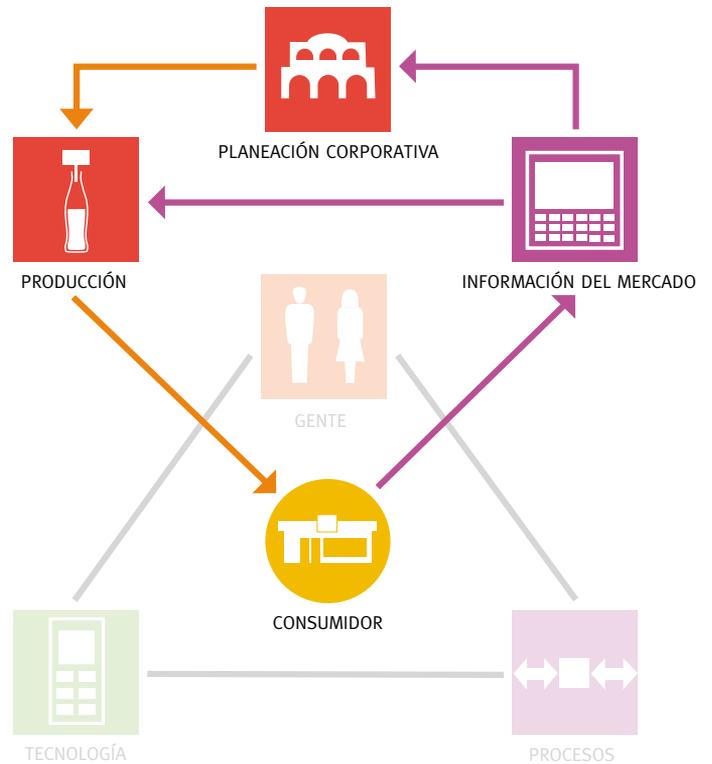
25

CAPACIDAD ANUAL POR LINEA  
PROMEDIO EN MILLONES DE  
CAJAS UNIDAD

**Gente con gran entusiasmo, una administración motivadora y sistemas de información de clase mundial, son el motor detrás del 18% de aumento en la productividad (empleados por cajas unidad) de Coca-Cola FEMSA durante los últimos dos años.**

CAJAS UNIDAD POR EMPLEADO

	00	99	98
Coca-Cola FEMSA	<b>39.1</b>	35.6	33.2
México	<b>36.0</b>	32.4	31.8
Buenos Aires	<b>54.4</b>	52.9	40.3



Argentina está trabajando para competir en un entorno económico que presenta grandes retos, Coca-Cola FEMSA ha seguido disminuyendo sus costos fijos a través de la racionalización de su capacidad y una mayor eficiencia administrativa. Al igual que sucede en México, el empleo de nuestro sistema de planeación de recursos empresariales, SAP, nos permite aumentar la eficiencia con la que operamos.

Tanto en México como en Argentina, nuestra gente, tecnología y procesos operativos constituyen la base sobre la que se apoya nuestro ciclo de crecimiento.

Nuestro conocimiento del mercado nos permite comprender mejor las preferencias de nuestros clientes y consumidores y desarrollar un portafolio de productos y presentaciones que satisfaga sus necesidades.



**204.7**

CAPACIDAD INSTALADA  
EN MILLONES DE  
CAJAS UNIDAD

**55%**

UTILIZACIÓN DE CAPACIDAD

**26**

CAPACIDAD ANUAL POR LINEA  
PROMEDIO EN MILLONES DE  
CAJAS UNIDAD



## E s t r a t e g i a d e V E N T A S Y M E R C A D O T E C N I A

Los esfuerzos de ventas y mercadotecnia de Coca-Cola FEMSA se basan en investigación exhaustiva tanto en análisis estadísticos como en la comprensión que obtenemos de la larga relación que existe entre nuestra fuerza de ventas y las 345,200 tiendas dentro de nuestros territorios en México y Argentina. La Compañía está prestando particular atención a la segmentación por canal para crear un entorno en el que no sólo se realiza una mayor especialización de los portafolios de productos y presentaciones, sino para que la capacidad del vendedor, la presentación del equipo de refrigeración y el señalamiento se adapten a los mercados específicos a los que servimos. Al proporcionar el servicio adecuado, el equipo de refrigeración y estímulos de mercadotecnia, trabajamos para aumentar el número de consumidores y la frecuencia de consumo actual.

En México, donde la mezcla de canales está sumamente fragmentada, estamos enfocados a proporcionar equipo de refrigeración especializado para hacer frente a las necesidades particulares de cada canal. Por ejemplo, para tiendas pequeñas en las que la seguridad constituye una preocupación importante, creamos un equipo de refrigeración que permite que el producto esté visible pero al mismo tiempo le permite al vendedor entregar el producto sólo después de que el cliente lo haya pagado. Otra innovación es el equipo integrado en autobuses de recorridos largos. Cabe aclarar una vez más que estas innovaciones no se implantan en el vacío, sino en el contexto de un cuidadoso análisis de cómo Coca-Cola FEMSA puede obtener el mejor retorno sobre su inversión.

En Argentina, la mezcla de canales está mucho menos fragmentada, pero cada canal requiere de un servicio basado en sus necesidades. En un mercado en el que las ventas de supermercado representan aproximadamente 31% de las ventas totales, hemos enfocado nuestros esfuerzos a una “comunicación generadora de valor” con las cadenas; para mantener nuestra competitividad trabajamos para realizar acciones en el punto de venta y no nos enfocamos sólo en el precio.

En las siguientes páginas, presentamos a mayor detalle nuestra estrategia de equipo de refrigeración y señalamiento.

Los esfuerzos de Coca-Cola FEMSA en cuanto a las prácticas de segmentación de ventas y mercadotecnia forman parte de una estrategia para mejorar continuamente nuestra capacidad actual hasta que se convierta en una ventaja competitiva que reduzca costos al tiempo que aumente la eficiencia total y el retorno sobre las inversiones.





La colocación de nuevos señalamientos también se ha mejorado y acelerado. Un ejemplo es la forma en que la Compañía utiliza el análisis del tráfico matutino y vespertino para colocar anuncios espectaculares en los puntos más estratégicos posibles. Además, en las zonas urbanas en las que los espectaculares no resultan una alternativa viable, estamos utilizando métodos innovadores para que nuestro mensaje esté visible en todo desde las sombrillas de los puestos de los boleros, los toldos de las tiendas, en puestos de periódico y en las cajas de seguridad de los servicios de valet de los estacionamientos.



Coca-Cola Femsa colabora con The Coca-Cola Company para crear promociones y publicidad que nos permite formar parte del entorno local. Con el uso de la sofisticada tecnología informática y un equipo de ventas fuerte obtenemos información que nos permite personalizar nuestra estrategia de mercadotecnia en cada uno de nuestros territorios y en cada uno de los segmentos de mercados.

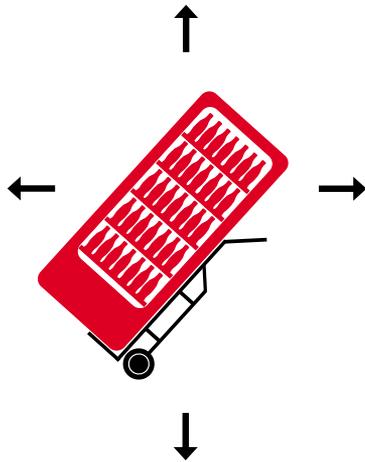
En México, los eventos navideños que organizamos anualmente, entre los que se incluye un desfile, el alumbrado del árbol de Navidad y un pabellón del consumidor, atraen a 4.5 millones de consumidores. Además, la campaña de promoción "pon la mesa" tanto en México como en Argentina fue un rotundo éxito, habiendo regalado 2 millones de servicios de mesa (plato, vaso y cubiertos) en nuestros territorios. El costo de estas promociones es compartido por Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company.



**4.4%**  
GASTOS DE MERCADOTECNIA  
(PORCENTAJE DE  
VENTAS TOTALES)

**61**  
PENETRACIÓN DE  
LOS REFRIGERADORES  
POR 10,000

**65%**  
PARTICIPACIÓN DE MERCADO  
DE REFRESCOS TOTAL  
VALLE DE MÉXICO

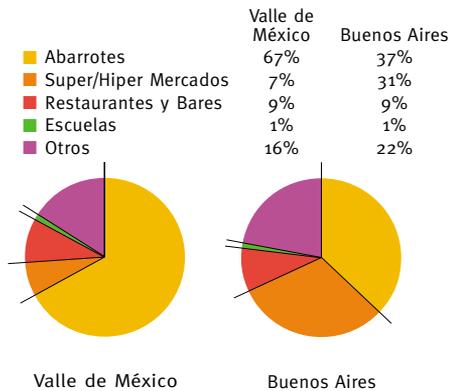


La estrategia de equipos de refrigeración también está en proceso de evolución: pasó del simple uso de información para colocar dichos equipos en el punto de venta hasta analizar el tipo de equipo de refrigeración y la colocación específica dentro del punto de venta. En México, durante un periodo de dos semanas, movimos de lugar 5,250 equipos de refrigeración, en su mayoría dentro de tiendas pequeñas,

para colocarlos en un lugar más prominente -lo que permitió un incremento en el volumen proveniente del mismo equipo. Durante 2000, también instalamos 32,000 nuevos equipos de refrigeración en México y Argentina, con lo que notamos un aumento en la cobertura de 69% en el Valle de México, 45% en el Sureste y 54% en el área metropolitana de Buenos Aires.

	Valle de México	Sureste de México	Buenos Aires
<b>Población</b>			
2000	<b>18.5</b>	<b>10.2</b>	<b>11.4</b>
1999	18.2	10.1	11.3
<b>Per cápita</b>			
2000	<b>445</b>	<b>275</b>	<b>255</b>
1999	417	211	268
<b>Detallistas (000)</b>			
2000	<b>155.1</b>	<b>120.1</b>	<b>70.0</b>
1999	144.1	115.0	65.1

MEZCLA POR CANAL



Los mercados atendidos por Coca-Cola FEMSA tienen características de venta al detalle distintas. Los territorios mexicanos siguen teniendo un sistema de ventas al detalle altamente fragmentado, solamente 6% de las ventas totales son registradas en las grandes cadenas de autoservicio. La mayoría de las ventas se dan en abarrotes. El éxito de Coca-Cola FEMSA en estos territorios se debe principalmente

a la sofisticada logística de distribución y comprensión del mercado. En Argentina las grandes cadenas de autoservicio representan un importante 30% de nuestras ventas. Con este entorno de ventas, para competir nos enfocamos en la estrategia del portafolio de productos y la segmentación de precios.



**5.4%**

GASTOS DE MERCADOTECNIA  
(PORCENTAJE DE  
VENTAS TOTALES)

**33.8**

PENETRACIÓN DE  
LOS REFRIGERADORES  
POR 10,000

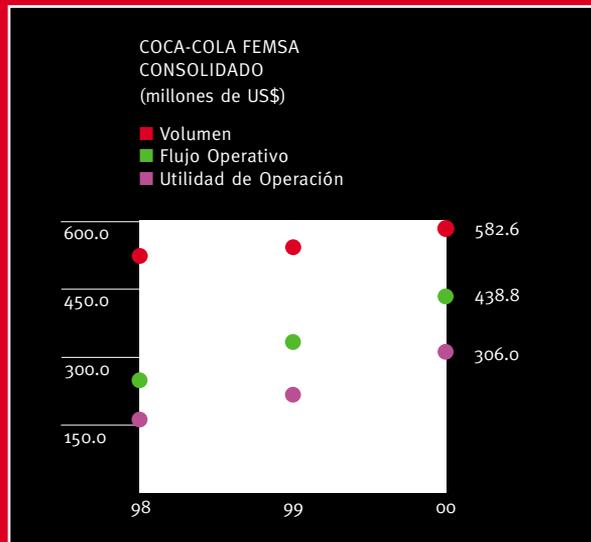
**54%**

PARTICIPACIÓN DE MERCADO  
DE REFRESCOS TOTAL  
EN ARGENTINA



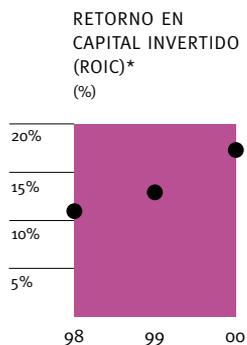
**Héctor Treviño Gutiérrez**  
Director de Finanzas  
y Administración

Coca-Cola FEMSA está dedicada a generar valor para sus accionistas. Al tiempo que evaluamos oportunidades de crecimiento a futuro nos enfocaremos en aquellas inversiones que generen valor a largo plazo y que cuyo potencial de crecimiento sea sostenible.



*Estimado Accionista*

*Cada uno de los 15,054 empleados de Coca-Cola FEMSA puede sentirse orgullosos de los extraordinarios resultados financieros de la empresa en el año 2000. Al reconsiderar los supuestos con los que empezamos el año, vemos que nuestras expectativas fueron superadas en casi todas las categorías que se pueden medir, así como en la eficiencia general de nuestras operaciones.*



*La rentabilidad medida en términos de utilidad de operación y flujo operativo, tuvo un incremento de 33% y 25% respectivamente. El crecimiento en la rentabilidad se debió a las mejoras en productividad que se lograron en producción, distribución y administración tanto en México como en Argentina, y a la fortaleza de la economía y del peso en México.*

*En la producción logramos disminuir costos al consolidar plantas y eliminar cuellos de botella. Esto ha sido de particular relevancia en Argentina en dónde, a pesar del complicado entorno, hemos seguido eliminando costos en nuestras operaciones y por lo tanto, hemos logrado eliminar algunas presiones negativas sobre los márgenes de operación. En la distribución comenzamos el proceso de analizar nuestro sistema actual y de encontrar las mejores prácticas. Aunque consideramos que una de las competencias básicas de Coca-Cola FEMSA es su capacidad de distribución, podemos eficientarla usando las mejores prácticas de los diferentes territorios. En el área administrativa seguimos integrando nuestros sistemas de información, lo que permite una reducción en duplicidades así como un aumento en la eficiencia de nuestro personal corporativo.*

*En el año 2000, las operaciones generaron un flujo operativo de aproximadamente 439 millones de dólares, mientras que las inversiones en activos alcanzaron el equivalente a 93 millones de dólares. Estas inversiones se realizaron primordialmente en las áreas de producción, distribución, equipos de refrigeración y para continuar la integración de diferentes módulos de SAP, el sistema de planeación de recursos empresariales que utiliza Coca-Cola FEMSA.*

*La combinación del aumento en ventas y eficiencias operativas con nuestro estable nivel de inversiones en activos, resultó en un saldo de efectivo al final del año de aproximadamente 200 millones de dólares. Además, al mantener nuestro nivel de deuda en 308 millones de dólares, terminamos el año con una deuda neta de 108 millones de dólares.*

$$*ROIC = \frac{(\text{UTILIDAD DE OPERACIÓN} + \text{AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO MERCANTIL}) (1 - \text{TASA IMPOSITIVA})}{\text{DEUDA PROMEDIO} + \text{CAPITAL CONTABLE PROMEDIO} + \text{AMORTIZACIÓN ACUMULADA DEL CRÉDITO MERCANTIL}}$$

*Durante 2001, seguiremos aumentando nuestros niveles de efectivo.*

Consideramos que las reservas de efectivo que se están creando nos permitirán aprovechar las oportunidades de adquisición de otros territorios que surjan.

Estamos conscientes de la relativa baja liquidez de las acciones de Coca-Cola FEMSA en el mercado y por esta razón, no consideramos que un programa de recompra de acciones sea una opción viable en este momento. De hecho, hemos comenzado a analizar distintos mecanismos que podrían mejorar la actual situación de liquidez accionaria.

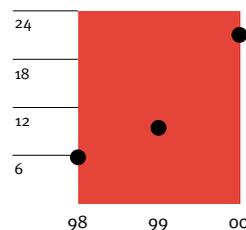
Antes de terminar quiero explicar con más detalle nuestras pérdidas cambiarias para el año 2000. Evidentemente, la fortaleza del peso mexicano a lo largo del 2000 constituyó una importante variable en la capacidad de la empresa de aumentar márgenes en 3.2 puntos porcentuales en México. Sin embargo, tuvimos una pérdida cambiaria de 33 millones de dólares debido a la inversión en contratos a futuro para compra de dólares. En Mayo de 1999, en anticipación de un año electoral, comenzamos nuestra planeación financiera para el 2000. En ese momento, la empresa invirtió en contratos a futuro en dólares para cubrir su riesgo cambiario para el 2000 (asociado principalmente con materiales de empaque). Con estos contratos pudimos proteger a nuestros accionistas del riesgo cambiario, anclando nuestros costos denominados en dólares. La inesperada fortaleza del peso durante el año produjo pérdidas en estos contratos.

Para terminar, quiero reiterar que la tarea más importante que tenemos por delante es continuar con el crecimiento en la rentabilidad para nuestros accionistas. Nuestras estrategias se enfocan a: i) la creación de portafolios de producto que se “adaptan” a cada territorio, ii) la estandarización de nuestros procesos operativos y administrativos, iii) el aumento de los consumos per cápita en nuestros territorios existentes, y iv) la preparación para replicar nuestros procesos operativos y administrativos conforme surjan oportunidades de expansión geográfica. Tenemos confianza en que lograremos mejorar el valor para nuestros accionistas con el trabajo dedicado a implementar estas estrategias.

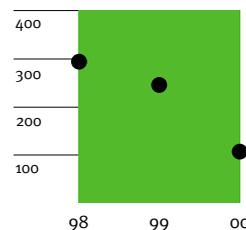


HÉCTOR TREVIÑO GUTIÉRREZ  
 Director de Finanzas  
 y Administración

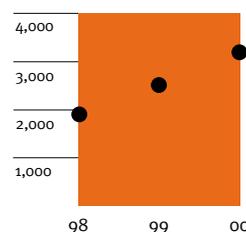
FLUJO OPERATIVO  
 A INTERES  
 PAGADO NETO  
 (veces)



DEUDA NETA  
 (Deuda Largo Plazo menos Efectivo)  
 (Millones de US\$)



CAPITALIZACIÓN  
 DEL MERCADO  
 (Millones de US\$;  
 al 31 Diciembre)



**US \$93M**  
 2000 INVERSIÓN EN  
 ACTIVOS FIJOS

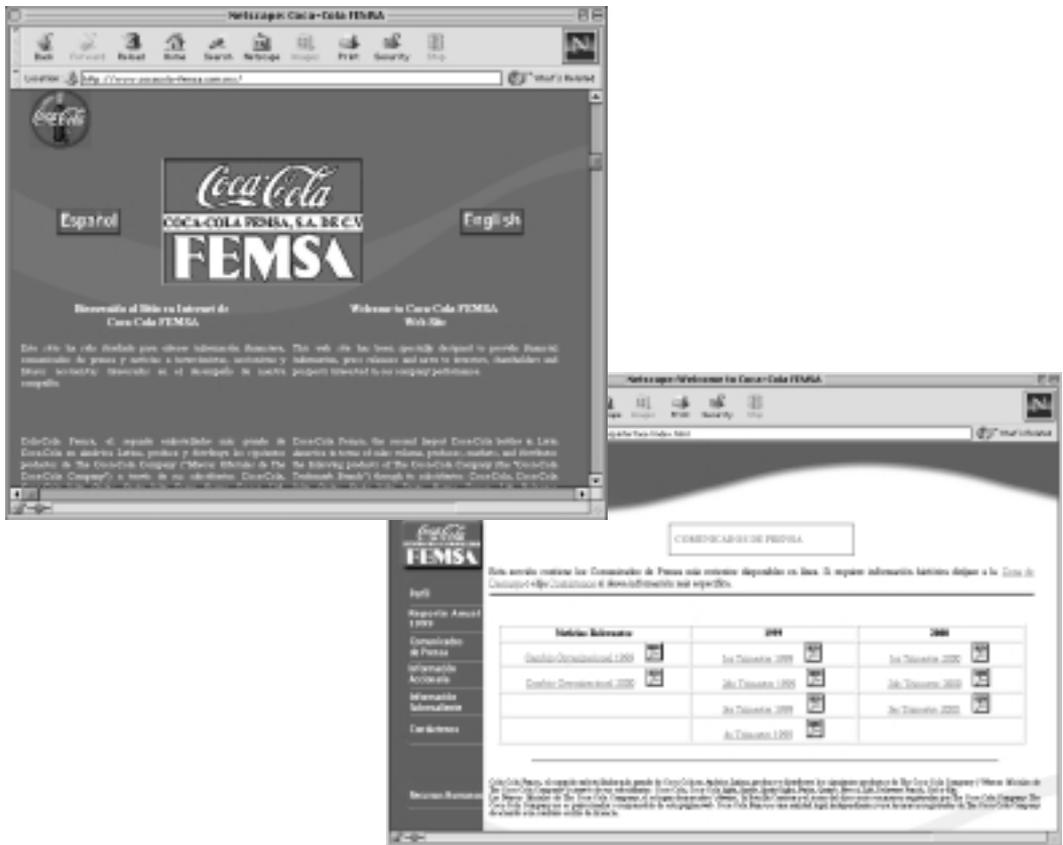
**US \$308M**  
 2000 DEUDA A  
 LARGO-PLAZO

**US \$200M**  
 2000 EFECTIVO Y  
 REALIZACIÓN INMEDIATA

**29.4%**  
 CRECIMIENTO PONDERADO  
 ANUAL DESDE 1995 EN  
 CAPITALIZACIÓN DEL MERCADO

**SECCIÓN FINANCIERA**

Para información más detallada,  
 visite nuestra página web:  
[www.cocacola-femsa.com.mx](http://www.cocacola-femsa.com.mx)



Pudiera considerarse que este documento incluye declaraciones prospectivas dentro de lo que se refiere a la sección 27 A de US Securities Exchange Act de 1934. Deberá leerse en conjunción con nuestro reporte periódico trimestral y otros reportes y declaraciones registradas que se encuentran archivadas ante the Securities and Exchange Commission. Estas declaraciones prospectivas representan las proyecciones internas, expectativas o creencias de la Compañía, con respecto entre otras cosas a futuros resultados de operación y varios componentes de los mismos, así como el futuro comportamiento económico de la Compañía. La Compañía anticipa que los resultados actuales pueden diferir materialmente de los resultados anticipados o proyectados en cualquiera de dichas declaraciones.



## Contenido

25	Resumen de Siete Años
26	Análisis y Discusión de Resultados
29	Reporte de Auditores Independientes
30	Estado de Situación Financiera Consolidada
32	Estados de Resultados Consolidado
33	Estado de Cambios en la Situación Financiera Consolidado
34	Estado de Variaciones en las Cuentas del Capital Contable Consolidado
36	Notas a los Estados Financieros Consolidados
64	Directores y Consejeros
66	Información de Accionistas



## RESUMEN DE SIETE AÑOS

Expresados en Miles de Pesos (Ps.) de Poder Adquisitivo al 31 de Diciembre del 2000

	2000	1999	1998	1997	1996	1995	1994 <sup>(1)</sup>
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>							
Ingresos totales	Ps. 16,585	Ps. 15,155	Ps. 14,477	Ps. 12,642	Ps. 11,434	Ps. 10,847	9,147
Costo de ventas	8,226	7,989	7,994	6,879	6,466	6,168	4,643
Utilidad bruta	8,359	7,166	6,483	5,763	4,968	4,679	4,504
Gastos de operación <sup>(2)</sup>	5,302	4,827	4,476	3,961	3,820	3,750	3,308
Amortización del crédito mercantil	117	126	134	108	102	49	14
Utilidad de operación	2,940	2,213	1,873	1,694	1,046	880	1,182
Costo integral de financiamiento	538	305	419	226	48	57	147
Otros productos (gastos)	140	72	250	167	(91)	(90)	(103)
Impuestos	970	792	465	325	251	235	429
Utilidad neta consolidada	1,292	1,044	739	976	838	678	709
Utilidad neta mayoritaria	1,292	1,044	739	944	807	575	646
Utilidad neta minoritaria	—	—	—	32	31	52	63
<b>RAZONES (%)</b>							
Margen bruto (utilidad bruta/ventas netas)	50.7	47.5	45.1	46.0	43.6	43.4	49.7
Margen de operación	17.7	14.6	12.9	13.4	9.1	8.1	12.9
Utilidad neta	7.8	6.9	5.1	7.7	7.3	6.3	7.8
<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>							
Flujo operativo <sup>(3)</sup>	4,212	3,366	2,806	2,687	1,970	1,646	1,474
Inversión en activo pesos <sup>(4)</sup>	895	944	1,692	1,545	1,668	1,571	1,217
<b>BALANCE</b>							
Activo circulante	3,360	1,910	1,539	1,512	1,856	1,362	1,506
Activo fijo	7,055	7,464	7,773	7,324	6,902	6,755	6,331
Cargos diferidos	502	487	501	346	271	104	223
Crédito mercantil	1,639	1,843	2,223	2,239	1,851	1,662	1,156
Inv. en compañías asociadas	211	204	172	134	95	24	36
Total Activo	12,767	11,908	12,208	11,555	10,975	9,907	9,252
Pasivo							
Deuda a corto plazo	20	35	1,294	1,166	80	118	935
Deuda a largo plazo	2,936	3,131	3,685	3,627	4,293	4,182	1,635
Intereses por pagar	67	72	90	88	92	72	68
Pasivos operativos	2,194	2,120	1,411	1,398	1,317	947	1,088
Impuestos diferidos	788	—	—	—	—	—	—
Pasivo laboral y otros pasivos a largo plazo	352	274	225	185	162	176	226
Total Pasivo	6,357	5,632	6,705	6,464	5,944	5,495	3,952
Capital contable	6,410	6,276	5,504	5,091	5,031	4,412	5,300
Interés mayoritario	6,410	6,276	5,504	5,091	4,549	4,060	4,990
Interés minoritario	—	—	—	—	482	352	310
<b>RAZONES FINANCIERAS (%)</b>							
Circulante	1.47	0.86	0.55	0.57	1.25	1.20	0.72
Pasivo/capital	0.99	0.90	1.22	1.27	1.31	1.35	0.79
Capitalización	0.32	0.34	0.54	0.55	0.49	0.52	0.39
Cobertura	20.98	9.12	5.38	8.24	6.27	9.25	19.14
<b>INFORMACIÓN POR ACCIÓN<sup>(5)</sup></b>							
Valor en libros	4,498	4,404	3,862	3,573	3,192	2,849	3,502
Utilidad mayoritaria	0,907	0,733	0,519	0,662	0,566	0,404	0,453
Dividendos pagados <sup>(6)</sup>	0,166	0,134	0,133	0,111	0,061	0,055	0,059
Número de empleados	15,054	15,273	15,003	14,154	14,226	14,147	14,427

(1) Incluye resultados de operaciones en Coca-Cola FEMSA de Buenos Aires, desde su fecha de adquisición (septiembre 1994)

(2) En 1998 se incluye el ajuste de activos fijos originado por la baja de activos del equipo de cómputo y sistemas.

(3) Utilidad de operación más cargos virtuales.

(4) Incluye propiedades, planta y equipo, botellas y cajas y cargos diferidos.

(5) En base a 1,425,000,000 acciones.

(6) Dividendos pagados durante el año en base a la utilidad neta del año anterior.



## **ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

### *Resultados de operación por el año 2000 comparados con los de 1999*

#### **Volumen de Ventas**

El volumen de ventas en los territorios Mexicanos creció en 10.3% a 461.1 millones de cajas unidad durante el año 2000 representando el 79.1% del volumen total de Coca-Cola FEMSA. El volumen de venta en el segmento de colas incrementó 10.9% en el 2000 y en sabores creció 7.3%, en ambos casos comparados contra 1999. El volumen de ventas de agua Ciel incrementó 15% llegando a 11.4 millones de cajas unidad.

En Argentina, el volumen de ventas disminuyó 3.6% alcanzando 121.5 millones de cajas unidad en el 2000. El volumen de Ventas durante el año 2000 en el territorio de Buenos Aires en el segmento de colas disminuyó 3.9% y en sabores 2.4%, en ambos casos comparados contra 1999. El volumen de ventas de agua Kin, una bebida de marca registrada de Coca-Cola comercializada por Coca-Cola FEMSA en Buenos Aires, disminuyó 17.5% durante el año 2000.

En años recientes la tendencia de presentaciones en la industria refresquera se ha desplazado hacia presentaciones no retornables. En total, las presentaciones no retornables (incluyendo latas pero excluyendo post-mix) representaron 53.9% del total de ventas de la Compañía en territorios Mexicanos en el 2000, comparado con el 53.8% de 1999. Aunque la importancia de las presentaciones no retornables continúa creciendo en el territorio del Sureste (de 42.8% en 1999 a 49.1% en el 2000), en el Valle de México la importancia de las presentaciones retornables recuperó posición creciendo de 40.6% en 1999 a 42.2%. La Compañía espera que sus estrategias de protección a los detallistas que dominan el mercado Mexicano y la de mantener la barrera de entrada a productos de marca libre, brinden apoyo a las presentaciones retornables y por lo tanto genere que la mezcla de presentación se establezca en el futuro.

En el territorio de Buenos Aires, el 90.2% de las ventas totales de la Compañía en el 2000 fueron en presentaciones no retornables, en comparación con el 89.7% de 1999. La Compañía cree que la tendencia hacia presentaciones no retornables se ha estabilizado y que la mezcla de presentaciones no retornables/retornables se mantendrá en su nivel actual.

El 10.3% de crecimiento en volumen de ventas en los territorios Mexicanos fue el resultado de los avances continuos de la Compañía en (i) obtención y análisis de información de mercado, (ii) mayor disponibilidad de producto frío como resultado de inversiones en equipo de enfriamiento y un mayor número de puntos de venta, y (iii) nuestros esfuerzos de mercadotecnia.

#### **Ventas Netas**

El crecimiento de 15% en Ventas Netas en los Territorios Mexicanos fue la combinación de un fuerte crecimiento en volumen y la estrategia de precios de la Compañía. A través de la segmentación de nuestro mercado con empaques específicos la Compañía registró un 4.3% de incremento real en precio.

En Argentina, el precio real promedio por caja unidad disminuyó 4.9% en el 2000 por el cambio en preferencias del consumidor hacia productos de menor precio, de marca libre y presentaciones más grandes (con menor precio por onza). La disminución en volumen de ventas y el menor precio promedio resultan en una reducción de 8% en Ventas Netas en el 2000. Durante la segunda mitad del 2000 la Compañía introdujo Taí, para competir dentro de la categoría de precio bajo, como escudo al resto de las marcas de la Compañía, en una presentación de 2.25 litros.

#### **Otros Ingresos de Operación**

Otros Ingresos de Operación crecieron de 54.8 millones de pesos en 1999 a 82.9 millones de pesos en el 2000. El 57.8% de incremento en otros ingresos de operación en los territorios Mexicanos consisten principalmente en incremento en

ventas de ciertas materias primas a terceros. El incremento de 44.4% en otros ingresos de operación en el territorio de Buenos Aires representa un incremento en ventas de producto terminado a otros embotelladores en Argentina.

#### **Costo de Ventas**

Los componentes del costo de ventas incluyen materias primas (principalmente endulzantes, concentrado, materiales de empaque y agua), gastos de depreciación atribuibles a las instalaciones de producción de la Compañía, salarios y otros gastos laborales asociados con la mano de obra de producción y algunos gastos de fabricación. Los precios de los concentrados de productos de marcas propiedad de The Coca-Cola Company, que son pagados en moneda local, son determinados como porcentaje del precio de venta de mayoreo neto de cualquier impuesto al valor agregado o impuestos similares.

Como porcentaje de ventas netas, el costo de ventas decreció 3.6 puntos porcentuales sobre 1999. En México, la Compañía se benefició por mejoras en volumen que generaron mayor absorción de costos fijos, y menor precio de endulzantes. Adicionalmente nuestras materias primas denominadas en dólares decrecieron marginalmente en términos reales, debido principalmente a la relativa estabilidad del peso, depreciándose solo en 1.2%, y la inflación Mexicana de 9.1%.

En Buenos Aires, el costo de ventas como porcentaje de ventas netas se mantuvo estable al 58%. Aunque la Compañía tuvo decrementos reales en su costos de endulzantes estos fueron contrarrestados por el efecto de menor volumen de ventas y precios, así como a ligeros incrementos en costos de material de empaque para productos no retornables.

#### **Gastos de Operación**

Los gastos de operación consolidados crecieron en 9.8% a 5,301 millones de pesos en el 2000 contra los 4,827 millones de pesos en 1999. En el año 2000, los gastos de venta consolidados incrementaron en 7.4% a 4,004 millones de pesos contra 3,729 millones en 1999. Los gastos administrativos consolidados incrementaron 18.2% para llegar a 1,298 millones de pesos en el 2000 comparados con 1,098 millones en 1999.

Como porcentaje de ventas totales, los gastos de venta y administración incrementaron ligeramente en 10 puntos base. Los gastos de venta en los territorios Mexicanos se mantuvieron estables incrementando 43 puntos base. El incremento en términos absolutos de los gastos de venta en los territorios Mexicanos se debió principalmente al incremento en compensación variable, mayor gasto de mantenimiento y al incremento en gastos virtuales relacionados con la racionalización de la capacidad de la Compañía. Los gastos administrativos en los territorios Mexicanos crecieron 23.1%, reflejando mayor nivel de salarios en términos reales tanto en áreas operativas como en corporativas.

En Argentina, los gastos de venta como porcentaje de ventas totales crecieron 36 puntos base, representando un 6.5% de disminución en términos absolutos. Los gastos Administrativos en Argentina bajaron 3.8%. El decremento en gastos de venta y de administración se debió principalmente a los esfuerzos de la Compañía de continuar reduciendo costos fijos dentro del reto que representa el entorno económico Argentino.

#### **Crédito Mercantil**

La Amortización del Crédito Mercantil para el año 2000 fue de 117.3 millones de pesos, en comparación con los 125.5 millones de 1999, reflejando una reducción de 6.5%. La razón principal de la reducción fue el efecto de la inflación de México en la actualización de la amortización del crédito mercantil de la adquisición de KOFBA.

#### **Utilidad de Operación**

La Utilidad de Operación consolidada después de la Amortización del Crédito Mercantil creció en 32.9% alcanzando 2,940 millones de pesos para el año terminado el 31 de Diciembre de 2000. Con un menor costo de ventas unitario y un ligero incremento en gastos de operación, la Compañía obtuvo 3.1 puntos porcentuales de mejora en la rentabilidad medida por la utilidad de operación como porcentaje de las ventas totales.



### **Costo Integral de Financiamiento**

El término “resultado integral de financiamiento” se refiere a los efectos combinados de (i) gasto y productos financieros neto, (ii) ganancias o pérdidas cambiarias netas y (iii) ganancias o pérdidas en posición monetaria. Las ganancias o pérdidas cambiarias netas representan el impacto de los movimientos en el tipo de cambio de monedas extranjeras en activos o pasivos denominados en monedas distintas al peso. Una pérdida cambiaria se genera si un pasivo está denominado en una moneda que se aprecia frente al peso entre el momento en que se incurre en el pasivo y la fecha en que se paga, ya que la apreciación de la moneda extranjera resulta en un incremento en la cantidad de pesos que deben ser convertidos para cubrir la cantidad específica de la deuda en moneda extranjera. La ganancia o pérdida en posición monetaria se refiere a el impacto de la inflación en los activos y pasivos monetarios.

La inversión de la Compañía en la subsidiaria de Buenos Aires es considerada para efectos de registro contables como una cobertura cambiaria para la deuda denominada en dólares incurrida para financiar dicha inversión. Como resultado, la pérdida cambiaria de la deuda denominada en dólares para financiar esta transacción es registrada como parte del resultado acumulado por tenencia de activos no monetarios y contrarresta cualquier ganancia cambiaria en la inversión neta. Aún cuando la inversión es en pesos Argentinos y la deuda está denominada en dólares Americanos, el peso Argentino se ha mantenido a un valor de un peso Argentino por un dólar Americano desde el 1 de Abril de 1991. La pérdida cambiaria es deducible para efectos fiscales Mexicanos, y el beneficio impositivo resultante es registrado como parte del resultado acumulado por tenencia de activos no monetarios.

El costo integral de financiamiento creció 76.1% pasando de 305.5 millones de pesos en 1999 a 538.0 millones en el 2000. El gasto financiero neto disminuyó en un 45.4% principalmente por el menor nivel de deuda de la Compañía y un mayor saldo de efectivo.

La ganancia por posición monetaria disminuyó de 99.6 millones a 6.1 millones. El cambio se debió a mayores cuentas por pagar en México en el transcurso del año, inflación en México considerablemente menor y la deflación registrada en Argentina.

A pesar de la fortaleza del peso Mexicano durante el año, que se depreció solo 1.2%, la Compañía registró una pérdida cambiaria de 33 millones de dólares Americanos. Esta pérdida es el resultado de la inversión de la compañía en contratos de cobertura cambiaria. En Mayo de 1999 previo a la elección presidencial del 2000, la Compañía invirtió en contratos de cobertura cambiaria para cubrir su exposición en moneda extranjera (principalmente por materiales de empaque denominados en dólares e intereses de la deuda). Por medio de estos contratos se protegió a los accionistas del riesgo cambiario asociado con el año electoral en México, fijando nuestros costos denominados en dólares. La fortaleza inesperada del peso durante el año resultó en pérdidas derivadas de esos contratos.

### **Otros Gastos**

Otros gastos están principalmente relacionados a los esfuerzos constantes de la Compañía por racionalizar sus operaciones y a una reducción de la fuerza laboral tanto en operaciones como en oficinas corporativas. Otros gastos alcanzaron 140.1 millones en el 2000 en comparación con los 71.7 millones de 1999.

### **Impuesto sobre la Renta, al Activo y Participación de los Trabajadores en las Utilidades**

El Impuesto sobre la renta, al activo y la participación de los trabajadores en las utilidades crecieron 22.6% de 791.5 millones en 1999 a 970.2 millones en el 2000. La tasa efectiva de impuesto sobre la renta, al activo y la participación de los trabajadores en las utilidades de la Compañía disminuyó de 43.1% en 1999 a 42.9% en el 2000.

### **Utilidad Neta**

La utilidad neta para el 2000 creció 23.7% llegando a 1,292 millones de pesos, mientras que en 1999 fue de 1,044 millones de pesos. El crecimiento fue generado por el 32.9% de crecimiento en la utilidad de operación y fue parcialmente contrarrestado por el costo integral de financiamiento.





# ARTHUR ANDERSEN

RUIZ, URQUIZA Y CIA., S.C.

A los Señores Accionistas de  
Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V.

Hemos examinado el estado consolidado de situación financiera de COCA-COLA FEMSA, S.A. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS al 31 de diciembre de 2000 y 1999, y el estado de resultados, de variaciones en las cuentas del capital contable y de cambios en la situación financiera, que les son relativos, por cada uno de los tres años terminados al 31 de diciembre. Dichos estados financieros son responsabilidad de la Administración de la Compañía. Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre los mismos con base en nuestras auditorías.

Nuestros exámenes fueron realizados de acuerdo con las normas de auditoría generalmente aceptadas en México y en Estados Unidos de América, las cuales requieren que la auditoría sea planeada y realizada de tal manera que permita obtener una seguridad razonable de que los estados financieros no contienen errores importantes y de que están preparados de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados en México. La auditoría consiste en el examen, con base en pruebas selectivas, de la evidencia que soporta las cifras y revelaciones de los estados financieros; asimismo, incluye la evaluación de los principios de contabilidad utilizados, de las estimaciones significativas efectuadas por la Administración y de la presentación de los estados financieros tomados en su conjunto. Consideramos que nuestros exámenes proporcionan una base razonable para sustentar nuestra opinión.

Como se menciona en la Nota 4m), a partir del 1o. de enero de 2000, la Compañía adoptó los nuevos procedimientos para el reconocimiento de los impuestos diferidos, como se requiere por el nuevo Boletín D-4 "Tratamiento contable del impuesto sobre la renta, del impuesto al activo y de la participación de los trabajadores en la utilidad".

Las prácticas contables seguidas por la Compañía para la preparación de los estados financieros consolidados adjuntos, están de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados en México, sin embargo no están de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados en los Estados Unidos de América. En las notas 21 y 22 se describen las principales diferencias y una conciliación, entre la utilidad neta consolidada al 31 de diciembre de 2000, 1999 y 1998, así como una conciliación del capital contable al 31 de diciembre de 2000 y 1999, conforme a los lineamientos de la "Securities and Exchange Commission" de los Estados Unidos de América (equivalente a la Comisión Nacional de Valores en México), los cuales permiten la omisión del requerimiento de cuantificar, en dichas conciliaciones, los efectos de la inflación registrados localmente.

En nuestra opinión, los estados financieros consolidados antes mencionados presentan razonablemente, en todos los aspectos importantes, la situación financiera de Coca-Cola Femsa, S.A. de C.V. y Subsidiarias al 31 de diciembre de 2000 y 1999 y los resultados de sus operaciones, de las variaciones en las cuentas del capital contable y de los cambios en la situación financiera por cada uno de los tres años terminados al 31 de diciembre, de conformidad con los principios de contabilidad generalmente aceptados en México.

RUIZ, URQUIZA Y CIA., S.C.

C.P. Arturo Urbiola Arce  
Registro en la Administración General  
de Auditoría Fiscal Federal Núm. 11128

25 de enero de 2001



## ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

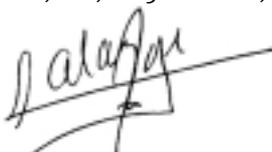
Por los años terminados el 31 de Diciembre de 2000 y 1999.  
 Expresados en Miles de Pesos (Ps.) de Poder Adquisitivo al 31 de Diciembre de 2000

	2000	1999
<b>ACTIVO</b>		
<b>Activo Circulante:</b>		
Efectivo y valores de realización inmediata	Ps. 1,920,393	Ps. 581,490
Cuentas por cobrar:		
Clientes	638,645	598,013
Documentos	62,424	108,115
Otras	164,348	91,363
	865,417	797,491
Impuestos por recuperar	4,025	3,663
Inventarios	504,510	486,814
Pagos anticipados	65,849	40,874
<b>Total Activo Circulante</b>	<b>3,360,194</b>	<b>1,910,332</b>
<b>Propiedades, Planta y Equipo:</b>		
Terrenos	782,964	724,974
Edificios, maquinaria y equipo	8,470,806	8,903,013
Depreciación acumulada	(2,787,757)	(2,769,062)
Inversiones en proceso	269,194	261,815
Botellas y cajas	320,132	343,023
<b>Total Propiedades, Planta y Equipo, Neto</b>	<b>7,055,339</b>	<b>7,463,763</b>
Inversiones en Acciones	211,064	204,226
Cargos Diferidos, Neto	502,008	486,845
Crédito Mercantil, Neto	1,638,581	1,843,084
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>Ps. 12,767,186</b>	<b>Ps. 11,908,250</b>

	2000	1999
<b>PASIVO Y CAPITAL CONTABLE</b>		
<b>Pasivo Circulante:</b>		
Préstamos bancarios e intereses por pagar	Ps. 66,721	Ps. 72,280
Vencimiento a corto plazo del pasivo a largo plazo	19,832	35,269
Proveedores	1,385,920	1,211,283
Cuentas por pagar	430,610	313,606
Obligaciones fiscales por pagar	258,805	491,224
Otros pasivos	119,006	103,642
<b>Total Pasivo Circulante</b>	<b>2,280,894</b>	<b>2,227,304</b>
<b>Pasivo a Largo Plazo:</b>		
Préstamos bancarios	2,955,571	3,165,581
Vencimiento a corto plazo	(19,832)	(35,269)
Pasivo plan de pensiones	144,486	136,117
Prima de antigüedad	16,323	22,374
Pasivo diferido	788,384	—
Otros pasivos	191,087	115,578
<b>Total Pasivo a Largo Plazo</b>	<b>4,076,019</b>	<b>3,404,381</b>
<b>Total Pasivo</b>	<b>6,356,913</b>	<b>5,631,685</b>
<b>Capital Contable:</b>		
Capital social	2,147,298	2,147,298
Prima en suscripción de acciones	1,510,755	1,510,755
Utilidades retenidas	3,978,395	4,011,740
Utilidad neta del año	1,292,000	1,044,379
Resultado acumulado por tenencia de activos no monetarios	(2,518,175)	(2,437,607)
<b>Total Capital Contable</b>	<b>6,410,273</b>	<b>6,276,565</b>
<b>TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE</b>	<b>Ps. 12,767,186</b>	<b>Ps. 11,908,250</b>

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

Mexico, D.F., a 25 de Enero, 2001.



CARLOS SALAZAR LOMELÍN  
Presidente Ejecutivo



HÉCTOR TREVIÑO GUTIÉRREZ  
Director de Finanzas y Administración



## ESTADO DE RESULTADOS CONSOLIDADO

Por los años terminados el 31 de Diciembre de 2000, 1999 y 1998.  
Expresados en Miles de Pesos (Ps.) de Poder Adquisitivo al 31 de Diciembre de 2000

	2000	1999	1998
Ventas netas	<b>Ps. 16,501,841</b>	Ps. 15,100,412	Ps. 14,366,298
Otros ingresos de operación	<b>82,933</b>	54,785	111,116
Ingresos totales	<b>16,584,774</b>	15,155,197	14,477,414
Costo de ventas	<b>8,225,744</b>	7,989,468	7,994,227
Utilidad bruta	<b>8,359,030</b>	7,165,729	6,483,187
Gastos de operación:			
De administración	<b>1,297,719</b>	1,098,259	962,072
De venta	<b>4,003,656</b>	3,728,950	3,458,708
	<b>5,301,375</b>	4,827,209	4,420,780
Amortización de crédito mercantil	<b>117,316</b>	125,483	133,785
Ajuste de activos fijos	<b>—</b>	—	55,736
Utilidad de operación	<b>2,940,339</b>	2,213,037	1,872,886
Costo integral de financiamiento:			
Gastos financieros	<b>337,230</b>	447,765	543,948
Productos financieros	<b>(135,815)</b>	(78,964)	(22,217)
Fluctuación cambiaria, neta	<b>342,698</b>	36,292	120,160
Ganancia por posición monetaria	<b>(6,104)</b>	(99,639)	(222,975)
	<b>538,009</b>	305,454	418,916
Otros gastos, neto	<b>140,133</b>	71,726	249,767
Utilidad del año antes de impuesto sobre la renta, al activo y participación de los trabajadores en las utilidades	<b>2,262,197</b>	1,835,857	1,204,203
Impuesto sobre la renta, al activo y participación de los trabajadores en las utilidades	<b>970,197</b>	791,478	465,034
Utilidad neta del año	<b>Ps. 1,292,000</b>	Ps. 1,044,379	Ps. 739,169
Promedio ponderado de acciones en circulación (miles)	<b>1,425,000</b>	1,425,000	1,425,000
Utilidad neta por acción (pesos)	<b>Ps. 0.91</b>	Ps. 0.73	Ps. 0.52

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



## ESTADO DE CAMBIOS EN LA SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO

Por los años terminados el 31 de Diciembre de 2000, 1999 y 1998.  
Expresados en Miles de Pesos (Ps.) de Poder Adquisitivo al 31 de Diciembre de 2000

	2000	1999	1998
<b>RECURSOS GENERADOS POR:</b>			
<b>Operación:</b>			
Utilidad neta del año	Ps. 1,292,000	Ps. 1,044,379	Ps. 739,169
Depreciación	705,245	604,094	462,866
Rotura de botellas y cajas	262,659	225,240	166,755
Amortización de crédito mercantil	117,316	125,483	133,785
Amortización y otros	157,206	198,070	170,090
	<b>2,534,426</b>	<b>2,197,266</b>	<b>1,672,665</b>
<b>Capital de trabajo:</b>			
Cuentas por cobrar	(67,926)	(34,495)	(85,610)
Inventarios	(15,030)	(38,756)	77,340
Pagos anticipados e impuestos por recuperar	(25,337)	42,339	(36,594)
Proveedores	174,615	286,640	(14,845)
Cuentas por pagar y otros	132,368	87,485	(14,378)
Obligaciones fiscales por pagar	(232,057)	346,349	(2,736)
	<b>(33,367)</b>	<b>689,562</b>	<b>(76,823)</b>
Recursos Netos Generados por la Operación	<b>2,501,059</b>	<b>2,886,828</b>	<b>1,595,842</b>
<b>Inversiones:</b>			
Propiedades, planta y equipo	(755,601)	(800,044)	(1,456,692)
Bajas de propiedad, planta y equipo	5,034	22,217	178,616
Inversión en acciones y cargos diferidos	(144,450)	(143,477)	(242,377)
Recursos Netos Utilizados por Actividades de Inversión	<b>(895,017)</b>	<b>(921,304)</b>	<b>(1,520,453)</b>
<b>Financiamiento:</b>			
Amortización en términos reales del financiamiento para compra de acciones de Coca-Cola FEMSA Buenos Aires	(220,771)	(656,439)	(435,465)
Efecto de conversión de la inversión de Coca-Cola FEMSA Buenos Aires	91,169	411,857	(105,405)
Incremento en documentos e intereses por pagar (Decremento) incremento en préstamos bancarios	(5,536)	(17,545)	(103,383)
Pago de dividendos	10,738	(1,128,582)	672,893
Otros pasivos	(235,929)	(190,831)	(189,578)
Otros pasivos	90,872	35,235	13,976
Plan de pensiones y prima de antigüedad	2,318	(30,280)	3,419
Recursos Netos Utilizados en Actividades de Financiamiento	<b>(267,139)</b>	<b>(1,576,585)</b>	<b>(143,543)</b>
Incremento (Decremento) neto en efectivo y valores de realización inmediata	<b>1,338,903</b>	<b>388,939</b>	<b>(68,154)</b>
Efectivo y valores de realización inmediata al inicio del año	<b>581,490</b>	<b>192,551</b>	<b>260,705</b>
Efectivo y Valores de Realización Inmediata al Final del Año	<b>Ps. 1,920,393</b>	<b>Ps. 581,490</b>	<b>Ps. 192,551</b>

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



## **ESTADO DE VARIACIONES EN LAS CUENTAS DEL CAPITAL CONTABLE CONSOLIDADO**

Por los años terminados el 31 de Diciembre de 2000, 1999 y 1998.  
Expresados en Miles de Pesos (Ps.) de Poder Adquisitivo al 31 de Diciembre de 2000

Descripción	Capital Social	Prima en Suscripción de Acciones	Utilidades Retenidas
<b>SALDOS CONSOLIDADOS AL</b>			
<b>31 DE DICIEMBRE DE 1997</b>	Ps. 1,961,402	Ps. 1,696,651	Ps. 2,733,575
Traspaso de la utilidad neta del año anterior			919,405
Pago de dividendos			(189,578)
Utilidad neta del año			
Partidas reconocidas en el capital contable:			
Efecto de conversión de la inversión de Coca-Cola FEMSA Buenos Aires			
Resultado por tenencia de activos no monetarios			
Utilidad Neta Integral			
<b>SALDOS CONSOLIDADOS</b>			
<b>AL 31 DE DICIEMBRE DE 1998</b>	Ps. 1,961,402	Ps. 1,696,651	Ps. 3,463,402
Traspaso a capital de suscripción de acciones	185,896	(185,896)	
Traspaso de la utilidad neta del año anterior			739,169
Pago de dividendos			(190,831)
Utilidad neta del año			
Partidas reconocidas en el capital contable:			
Efecto de conversión de la inversión de Coca-Cola FEMSA Buenos Aires			
Resultado por tenencia de activos no monetarios			
Utilidad Neta Integral			
<b>SALDOS CONSOLIDADOS AL</b>			
<b>31 DE DICIEMBRE DE 1999</b>	Ps. 2,147,298	Ps. 1,510,755	Ps. 4,011,740
Efecto inicial de impuestos diferidos			(841,795)
Traspaso de la utilidad neta del año anterior			1,044,379
Pago de dividendos			(235,929)
Utilidad neta del año			
Partidas reconocidas en el capital contable:			
Efecto de conversión de la inversión de Coca-Cola Femsa Buenos Aires			
Resultado por tenencia de activos no monetarios			
Utilidad Neta Integral			
<b>SALDOS CONSOLIDADOS AL</b>			
<b>31 DE DICIEMBRE DE 2000</b>	Ps. 2,147,298	Ps. 1,510,755	Ps. 3,978,395

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

Utilidad Neta del Año	Resultado Acumulado por Conversión	Resultado Acumulado por Tenencia de Activos No Monetarios	Total Capital Contable
Ps. 919,405	Ps 711,379	Ps. (3,460,637)	Ps. 4,561,775
(919,405)			—
739,169			(189,578)
			739,169
	(105,405)		(105,405)
		537,832	537,832
739,169	(105,405)	537,832	1,171,596
Ps. 739,169	Ps 605,974	Ps. (2,922,805)	Ps. 5,543,793
(739,169)			—
1,044,379			(190,831)
			1,044,379
	411,857		411,857
		(532,633)	(532,633)
1,044,379	411,857	(532,633)	923,603
Ps. 1,044,379	Ps 1,017,831	Ps. (3,455,438)	Ps. 6,276,565
(1,044,379)			(841,795)
1,292,000			—
			(235,929)
			1,292,000
	91,169		91,169
		(171,737)	(171,737)
1,292,000	91,169	(171,737)	1,211,432
<b>Ps. 1,292,000</b>	<b>Ps 1,109,000</b>	<b>Ps. (3,627,175)</b>	<b>Ps. 6,410,273</b>



## **NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS**

Al 31 de Diciembre de 2000, 1999, y 1998.

<p><b>CIFRAS EXPRESADAS EN MILES DE DÓLARES (\$) Y MILES DE PESOS CONSTANTES (PS.) AL 31 DE DICIEMBRE DE 2000</b></p>
---

### **ACTIVIDADES DE LA COMPAÑÍA**

Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. (“Coca-Cola FEMSA”) es una corporación mexicana cuyo objeto social es adquirir, poseer y enajenar bonos, acciones, participaciones y valores de cualquier clase. Coca-Cola FEMSA es controlada por Grupo Industrial Emprex, S.A. de C.V. (“Emprex”) y ésta a su vez es controlada por Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V. (“FEMSA”).

Coca-Cola FEMSA es una asociación entre Emprex, quien posee el 51% del capital social e Inmex Corporation, compañía subsidiaria indirecta de The Coca-Cola Company, que posee el 30% del capital social de Coca-Cola FEMSA. Adicionalmente, las acciones que representan el 19% del capital social de Coca-Cola FEMSA se cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores, S.A. de C.V. (BMV: KOFL) y en the New York Stock Exchange, Inc. (NYSE: KOF).

Coca-Cola FEMSA y sus subsidiarias (“la Compañía”) como unidad económica está dedicada a la producción, distribución y comercialización de bebidas de algunas de las marcas registradas de Coca-Cola, operando en dos territorios de México, el Valle de México, incluyendo la ciudad de México y gran parte del Estado de México y el territorio del Sureste que incluye los estados de Oaxaca, Tabasco y Chiapas, y el sur del estado de Veracruz. Además opera el territorio que incluye la ciudad de Buenos Aires y gran parte del gran Buenos Aires, en Argentina.

Como parte del programa de expansión de Coca-Cola FEMSA, al ser designada una de las embotelladoras ancla de The Coca-Cola Company para América Latina, el 2 de junio de 1998, Coca-Cola FEMSA de Buenos Aires y The Coca-Cola Export Corporation (subsidiaria directa de The Coca-Cola Company) firmaron un acuerdo en el cual a partir de esta fecha Coca-Cola FEMSA de Buenos Aires, S.A. adquiere el derecho sobre los territorios anteriormente franquiciados a Refrescos del Norte, S.A. (R.D.N.).

### **NOTA 1. Bases de Presentación**

Los estados financieros consolidados de la Compañía, son preparados de acuerdo a los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México (“PCGA mexicanos”), los cuales difieren en ciertos aspectos importantes con respecto a los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en los Estados Unidos de Norteamérica (“US GAAP”), como se explica en la Nota 21. La conciliación entre las cifras determinadas bajo los PCGA mexicanos y los US GAAP se presenta en la Nota 22.

### **NOTA 2. Bases de Consolidación**

Los estados financieros consolidados incluyen los de Coca-Cola FEMSA y los de todas aquellas compañías en las que se posee, directa e indirectamente en forma mayoritaria, el capital social y/o ejerce el control correspondiente. Todos los saldos y transacciones intercompañías han sido eliminados.

En Asamblea General Extraordinaria de Accionistas celebrada el 7 de marzo de 2000, se aprobó la fusión de algunas de las compañías subsidiarias, misma que se hizo efectiva a partir del 31 de marzo de 2000, sin que resultara algún efecto en los estados financieros consolidados.



Las subsidiarias de Coca-Cola FEMSA son las siguientes:

#### Valle de México

---

Industria Embotelladora de México, S.A. de C.V.<sup>(1)</sup>  
Industria Embotelladora del Valle, S.A. de C.V.<sup>(1)</sup>  
Distribuidora de Bebidas Valle de México, S.A. de C.V.<sup>(1)</sup>  
Distribuidora Comercial Dico, S.A. de C.V.<sup>(1)</sup>  
Refrescos y Aguas Nacionales, S.A. de C.V.<sup>(1)</sup>  
Industria Refresquera del Valle, S.A. de C.V.<sup>(1)</sup>

Propimex, S.A. de C.V.  
Dirección y Servicios, S.A. de C.V.<sup>(2)</sup>  
Refrescos y Aguas Minerales, S.A. de C.V.  
Administración y Asesoría Integral, S.A. de C.V.

#### Sureste de México

---

Refrescos de Oaxaca, S.A. de C.V.<sup>(3)</sup>  
Embotelladora Sin Rival, S.A. de C.V.<sup>(3)</sup>  
Embotelladora de Soconusco, S.A. de C.V.<sup>(3)</sup>  
Inmuebles del Golfo, S.A. de C.V.

#### Argentina

---

Coca-Cola FEMSA de Buenos Aires, S.A.

---

(1) Fusionadas al 31 de marzo de 2000 en Propimex, S.A. de C.V.

(2) Fusionada al 31 de marzo de 2000 en Refrescos y Aguas Minerales, S.A. de C.V.

(3) Fusionadas al 31 de marzo de 2000 en Inmuebles del Golfo, S.A. de C.V.

### NOTA 3. Incorporación de Subsidiarias en el Extranjero.

Los estados financieros de la subsidiaria en el extranjero son incorporados a los estados financieros consolidados de acuerdo con el Boletín B-15 “Transacciones en Moneda Extranjera y Conversión de Estados Financieros con Operaciones en el Extranjero”.

Los registros contables de las subsidiarias en el extranjero se realizan en la moneda local del país de origen. Para su incorporación a los estados financieros consolidados se actualizan a poder adquisitivo de la moneda local de cierre del ejercicio aplicando la inflación del país de origen y posteriormente, se convierten a pesos mexicanos utilizando el tipo de cambio aplicable al cierre del ejercicio. La variación en la inversión neta en la subsidiaria en el extranjero generada por la fluctuación del tipo de cambio, se denomina Resultado Acumulado por Conversión y se registra en el Capital Contable.

La fluctuación cambiaria de los financiamientos contratados para la adquisición de la subsidiaria en el extranjero, neta de su correspondiente efecto fiscal, se presenta en la cuenta de resultado acumulado por conversión, al considerar la inversión en dichas subsidiarias equivalente a una cobertura económica. La ganancia o pérdida por posición monetaria correspondiente a los financiamientos, se calcula utilizando el índice de precios del país de origen de la subsidiaria, al considerarse como parte integrante de la inversión en el extranjero, y se registra en la cuenta de resultado acumulado por conversión.

El crédito mercantil originado por la adquisición de subsidiarias en el extranjero se registra en la moneda en que se efectuó la inversión, por ser la moneda en que se recuperará la misma y se actualiza aplicando la inflación del país de origen y el tipo de cambio al cierre del ejercicio.

### NOTA 4. Principales Políticas Contables

Las principales políticas contables de la Compañía están de acuerdo con PCGA mexicanos, los cuales requieren que la administración de la Compañía efectúe ciertas estimaciones y utilice ciertos supuestos para determinar la valuación de



algunas partidas incluidas en los estados financieros consolidados. Aun cuando pueden llegar a diferir de su efecto final, la administración de la Compañía considera que las estimaciones y supuestos utilizados son los adecuados a la fecha de emisión de los presentes estados financieros consolidados.

Las principales políticas contables se resumen a continuación:

**a) Reconocimiento de los Efectos de la Inflación:**

El reconocimiento de los efectos de la inflación en la información financiera consiste en:

1. Actualizar los activos no monetarios, tales como inventarios y activos fijos, incluyendo los costos y gastos relativos a los mismos, cuando dichos activos son consumidos o depreciados.
2. Actualizar el capital social, prima en suscripción de acciones y las utilidades retenidas en el monto necesario para mantener el poder de compra en pesos equivalentes a la fecha en la cual el capital fue contribuido o las utilidades generadas mediante la aplicación de factores derivados del Índice Nacional de Precios al Consumidor (“INPC”).
3. Incluir en el capital contable el resultado acumulado por la tenencia de activos no monetarios el cual resulta de la diferencia neta entre la actualización aplicando costos de reposición a los activos no monetarios y la actualización mediante la aplicación de factores derivados del INPC.
4. Incluir en el resultado integral de financiamiento, el resultado por posición monetaria.

La Compañía actualiza sus estados financieros, en términos del poder adquisitivo de la moneda de cierre del ejercicio, utilizando los factores derivados del INPC para las subsidiarias en México y el índice de inflación del país de origen y el tipo de cambio de cierre del ejercicio, para las subsidiarias en el extranjero.

La Compañía actualiza su estado de resultados aplicando los factores derivados del INPC del mes en el cual ocurrió la transacción, a la fecha de presentación de los estados financieros

La información financiera de años anteriores de las subsidiarias mexicanas fue actualizada utilizando factores derivados del INPC y la información de las subsidiarias en el extranjero fue actualizada utilizando la inflación del país de origen y posteriormente fue convertida a pesos mexicanos aplicando el tipo de cambio de cierre del ejercicio. Consecuentemente, las cifras son comparables entre sí y con años anteriores, al estar expresadas en términos de la misma moneda.

**b) Efectivo y Valores de Realización Inmediata:**

El efectivo consiste en depósitos en cuentas bancarias que no causan intereses. Los valores de realización inmediata se encuentran representados principalmente por depósitos bancarios e inversiones de renta fija a corto plazo a través de bancos y casas de bolsa, valuados a valor de mercado.

**c) Inventarios y Costo de Ventas:**

Los inventarios se actualizan a costos específicos de reposición, sin que excedan el valor de mercado. El costo de ventas del ejercicio se determina principalmente, con base en el valor de reposición de los inventarios al momento de su venta.

**d) Anticipos a Proveedores:**

Se actualizan con base en los factores derivados del INPC, considerando su antigüedad promedio y se incluyen en la cuenta de inventarios.

**e) Pagos Anticipados:**

Representan pagos por servicios que serán recibidos en los siguientes doce meses. Los pagos anticipados se registran a su costo histórico y se aplican a los resultados del mes en el cual se reciben los servicios o beneficios. Los pagos anticipados representan principalmente gastos de publicidad, rentas y gastos promocionales.

Los gastos de publicidad pagados por anticipado corresponden principalmente al tiempo de transmisión en televisión y radio, y se amortizan hasta en un plazo de doce meses, con base al tiempo de transmisión de los anuncios. Los gastos relacionados con la producción de la publicidad son reconocidos en los resultados de operación, en el momento en que se incurren

Los gastos promocionales se aplican a los resultados del ejercicio en el cual se erogaron, excepto aquellos relacionados con el lanzamiento de nuevos productos y/o presentaciones, los cuales se registran como pagos anticipados y se amortizan 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 operación, el cual es generalmente de un año. Al 31 de diciembre de 2000 la Compañía no tiene registrado, pagos anticipados por concepto de lanzamiento de nuevas presentaciones.

**f) Propiedades, Planta y Equipo, Neto:**

Los activos se registran originalmente a su costo de adquisición y/o construcción. Las propiedades, planta y equipo de procedencia nacional se actualizan aplicando los factores derivados del INPC, excepto las botellas y cajas (ver Nota 4 g). Las propiedades, planta y equipo de procedencia extranjera se actualizan aplicando la inflación del país de origen y el tipo de cambio al cierre del ejercicio.

La depreciación de las propiedades, planta y equipo se calcula utilizando el método de línea recta, basado en el valor actualizado de los activos, disminuido por su valor residual.

Las tasas de depreciación son determinadas por la Compañía en coordinación con peritos valuadores independientes, considerando la vida útil remanente de los activos. Las nuevas adquisiciones se empiezan a depreciar en el año siguiente al que son dadas de alta en operación.

Las tasas promedio anuales de depreciación de los activos son las siguientes:

	2000	1999
Edificios y Construcciones	2.2%	2.0%
Maquinaria y equipo	5.8%	5.0%
Equipo de distribución	6.7%	6.6%
Otros activos	14.2%	15.9%

**g) Botellas y Cajas:**

La Compañía clasifica las botellas y cajas dentro del rubro de propiedades, planta y equipo. Las botellas y cajas son registradas a su costo de adquisición y actualizadas a su valor de reposición.

La depreciación se determina sólo para efectos fiscales y se calcula utilizando el método de línea recta a una tasa del 10% anual. La rotura se carga a los resultados de operación a medida en que se incurre. La Compañía estima que el gasto por rotura es similar al gasto por depreciación, calculado con una vida útil estimada de cinco años para envase de vidrio retornable y de un año para envase de plástico retornable. Al 31 de diciembre de 2000, 1999 y 1998, el gasto por rotura reconocido en los resultados ascendió a Ps. 262,659, Ps. 225,240 y Ps. 166,755, respectivamente. Las botellas y cajas en circulación, que se hayan entregado en comodato a los clientes, se presentan neto de los depósitos recibidos de los clientes, y la diferencia entre el costo y los depósitos recibidos se amortiza de acuerdo con la vida útil de dichos activos.

**h) Inversión en Acciones:**

Las inversiones en acciones en compañías asociadas son registradas a su costo de adquisición y posteriormente valuadas al método de participación. En el caso de inversiones en compañías asociadas en las que no se tiene influencia significativa, se valúan al costo de adquisición actualizado, mediante la aplicación de factores derivados del INPC.



**i) Cargos Diferidos:**

Representan erogaciones cuyos beneficios serán recibidos en un plazo mayor a un año, representados principalmente por:

1. Refrigeradores, los cuales son puestos en el mercado con el objeto de mostrar y promocionar los productos de la Compañía, dicho equipo es amortizado de acuerdo a una vida útil aproximada de tres años.
2. Acuerdos con clientes para obtener el derecho de vender y promover los productos de la Compañía durante cierto tiempo, los cuales se consideran como activos monetarios y se amortizan con base al plazo en que se espera recibir los beneficios. En promedio los acuerdos con clientes tienen una vigencia de entre tres y cuatro años.
3. Mejoras en propiedades arrendadas, las cuales son actualizadas con base a los factores derivados del INPC, considerando su antigüedad promedio y se amortizan en línea recta de acuerdo al plazo en que se espera recibir los beneficios.

**j) Crédito Mercantil:**

Es la diferencia entre el valor pagado y el valor contable de las acciones y/o activos adquiridos, siendo este último similar al valor de mercado de dichos activos. Esta diferencia se amortiza en un plazo no mayor a 20 años. El crédito mercantil se registra en la moneda en que se efectuó la inversión y se actualiza aplicando la inflación del país de origen y el tipo de cambio de cierre del ejercicio.

**k) Pagos de The Coca-Cola Company:**

The Coca-Cola Company participa en los programas de publicidad y promociones. Estos recursos son registrados como una reducción a los gastos de venta. Los gastos netos efectuados por dichos conceptos, ascendieron a Ps. 754,108, Ps. 732,072 y Ps. 718,656, al 31 de diciembre de 2000, 1999 y 1998, respectivamente. Adicionalmente a partir de 1999, The Coca-Cola Company participa en el programa de inversión en refrigeradores. Dichos recursos se relacionan con el incremento en el volumen de ventas de los productos franquiciados por The Coca-Cola Company y están condicionados al cumplimiento de ciertos objetivos, por lo que la inversión, neta de la participación de The Coca-Cola Company, se registra en la cuenta de cargos diferidos y se amortiza en un plazo de 3 años.

Hasta 1998, The Coca-Cola Company participó en el programa de inversiones en activo fijo de Coca-Cola FEMSA. Estos recursos fueron registrados en el rubro de otros gastos, neto.

**l) Obligaciones de Carácter Laboral:**

Consisten en los pasivos por plan de pensiones y jubilaciones y prima de antigüedad, determinados a través de cálculos actuariales realizados por actuarios independientes, basados en el método del crédito unitario proyectado. Estas obligaciones se consideran como partidas no monetarias, las cuales se actualizan mediante factores derivados del INPC y dicha actualización se registra en el capital contable. El incremento en el saldo de las obligaciones laborales, se registra en el estado de resultados (Ver Nota 13).

El costo de los servicios pasados se amortiza en resultados en el tiempo estimado en que los empleados recibirán los beneficios del plan, el cual para la Compañía es de 14 años, a partir de 1992.



Las subsidiarias de la Compañía (excepto Coca-Cola FEMSA de Buenos Aires) tienen constituidos fondos 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 ejercicio en que ocurren. Los pagos por indemnizaciones producto de la reestructuración y redimensionamiento de ciertas áreas que resulten en una reducción en el número de personal se registran en el rubro de otros gastos. Al 31 de Diciembre de 2000, 1999 y 1998 el monto registrado en otros gastos ascendió a Ps. 44,015, Ps. 37,271 y Ps. 104,166, respectivamente.

**m) Impuestos Sobre la Renta, al Activo y Participación de los Trabajadores en las Utilidades:**

La Compañía determina y registra el Impuesto Sobre la Renta (“ISR”), el Impuesto al Activo (“IMPAC”) y la Participación a los Trabajadores en las Utilidades (“PTU”) con base a la legislación fiscal en vigor y al Boletín D-4 revisado “Tratamiento contable del Impuesto Sobre la Renta, del Impuesto al Activo y la Participación de los Trabajadores en las Utilidades”, el cual entró en vigor el 1° de enero de 2000 y requiere el reconocimiento de pasivos y activos por impuestos diferidos, por todas aquellas diferencias temporales que surjan entre los saldos contables y fiscales de los activos y pasivos.

El saldo de impuestos diferidos por concepto de ISR e IMPAC, se determina utilizando el método de activos y pasivos, el cual considera todas las diferencias temporales entre los saldos contables y fiscales. Para determinar el saldo de impuestos diferidos por concepto de PTU, se consideran únicamente las diferencias temporales que surjan en la conciliación entre la utilidad neta del ejercicio y la utilidad fiscal gravable para PTU y que se espera se reviertan en un periodo determinado.

El impuesto diferido aplicable a los resultados del ejercicio se determina comparando el saldo inicial y final de impuestos diferidos, excluyendo las diferencias temporales que se registran directamente en el capital contable. El impuesto diferido de estas diferencias temporales se registra en la misma cuenta del capital contable que le dio origen.

El efecto neto inicial por la adopción de este nuevo boletín, fue reconocido en el capital contable disminuyendo de la cuenta de utilidades retenidas en un monto de Ps. 841,795 y la provisión del año de impuesto sobre la renta se incrementó Ps. 56,165 por el efecto diferido del año, habiéndose registrado un crédito al resultado por tenencia de activos no monetarios del año de Ps. 47,576.(ver Nota 18 d).

Cada una de las subsidiarias determina y registra el ISR o el IMPAC sobre una base individual, de acuerdo con lo causado en el ejercicio. Por lo tanto, la provisión de impuestos incluida en los estados financieros consolidados representa la suma de las provisiones de las subsidiarias y de Coca-Cola FEMSA.

FEMSA tiene la autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (“SHCP”) para preparar sus declaraciones de ISR e IMPAC sobre una base consolidada, la cual incluye las utilidades o pérdidas fiscales de sus subsidiarias mexicanas, con base a su participación accionaria. A partir de 1999, se eliminaron los pagos provisionales consolidados a través de la controladora y la consolidación de las utilidades o pérdidas fiscales se limita al 60% de la participación accionaria, siendo antes al 100%.

**n) Resultado Integral de Financiamiento:**

Está integrado por los siguientes conceptos:

Intereses:

El gasto y producto financiero se registra cuando es incurrido o ganado, respectivamente.



**Fluctuación Cambiaria:**

Las transacciones en moneda extranjera se registran convertidas en moneda nacional al tipo de cambio vigente a la fecha en que se efectúan. Posteriormente los activos y pasivos monetarios en monedas extranjeras se expresan al tipo de cambio de cierre del ejercicio. La variación entre los tipos de cambio aplicados se registra como fluctuación cambiaria en el estado de resultados, excepto la fluctuación cambiaria de los financiamientos contratados para la adquisición de compañías en el extranjero (ver Nota 3).

**Resultado por Posición Monetaria:**

Es producto del efecto de los cambios en el nivel general de precios sobre las partidas monetarias. El resultado por posición monetaria de las subsidiarias mexicanas se determina aplicando el INPC mensual a la posición monetaria neta al inicio de cada mes, excluyendo los financiamientos contratados para la adquisición de compañías en el extranjero (ver Nota 3).

El resultado por posición monetaria de las subsidiarias en el extranjero se calcula aplicando la inflación mensual del país de origen a la posición monetaria neta al inicio de cada mes, expresada en la moneda del país de origen, posteriormente los resultados mensuales se convierten a pesos mexicanos utilizando el tipo de cambio al cierre del ejercicio.

**o) Instrumentos Financieros:**

La compañía utiliza diversos instrumentos financieros derivados para la cobertura de su posición en monedas extranjeras, principalmente dólares.

Las utilidades o pérdidas generadas por contratos de forwards para la compra de dólares, se reconoce en resultados con base a las fechas de vencimiento de dichos contratos, en el rubro de fluctuación cambiaria.

Las primas pagadas por la contratación de opciones para la compra de dólares, se registran en pagos anticipados y se amortizan en resultados por el método de línea recta, durante el período de vigencia de los contratos correspondientes, en el rubro de fluctuación cambiaria.

**p) Actualización de Capital:**

El objeto de esta actualización es presentar la inversión realizada por los accionistas y las utilidades o pérdidas generadas o incurridas a través del tiempo en términos de poder adquisitivo de la moneda al cierre del año.

**q) Resultado Acumulado por Tenencia de Activos No Monetarios:**

Representa la suma de las diferencias entre el valor en libros y el valor actualizado aplicando los factores derivados del INPC de los activos no monetarios, tales como inventarios, activos fijos y cargos diferidos, y su efecto en el estado de resultados cuando los activos son consumidos o depreciados.

**r) Utilidad Neta Integral:**

La utilidad neta integral está compuesta por la utilidad neta, el resultado por conversión y el resultado por tenencia de activos no monetarios, y se presenta en el Estado de Variaciones en las Cuentas de Capital Contable Consolidado.

**s) Utilidad Neta por Acción:**

Representa la utilidad neta del año, correspondiente a cada acción del capital social de la Compañía, calculada con base al promedio ponderado de las acciones en circulación durante el ejercicio, de conformidad con el Boletín B-14 "Utilidad por acción".



## NOTA 5. Otras Cuentas por Cobrar

	2000		1999	
The Coca-Cola Company	Ps.	121,821	Ps.	63,401
Reclamaciones de seguros		5,597		8,838
Anticipos de viaje a empleados		—		7,870
Préstamos a empleados		1,782		540
Depósitos en garantía		4,262		4,120
Arteva S.A. de C.V.		18,632		—
Otros		12,254		6,594
	Ps.	164,348	Ps.	91,363

## NOTA 6. Inventarios

	2000		1999	
Productos terminados	Ps.	193,610	Ps.	190,254
Materias primas		160,760		129,249
Refacciones		102,385		159,029
Producción en proceso		5,550		3,177
Artículos promocionales		6,422		4,067
Anticipos a proveedores		35,783		1,038
	Ps.	504,510	Ps.	486,814

## NOTA 7. Pagos Anticipados

Balance	2000		1999	
Publicidad	Ps.	38,798	Ps.	31,715
Primas pagadas por opciones para compra de dólares		13,401		—
Seguros y fianzas		3,319		2,947
Otros		10,331		6,212
	Ps.	65,849	Ps.	40,874

La aplicación a resultados por concepto de publicidad y gastos promocionales es la siguiente:

Operaciones	2000		1999		1998	
Publicidad	Ps.	608,419	Ps.	467,081	Ps.	428,206
Gastos promocionales	Ps.	104,154	Ps.	91,533	Ps.	71,639



## NOTA 8. Inversión en Acciones

Compañía	Tenencia	2000		1999	
<b>COCA-COLA FEMSA:</b>					
Industria Envasadora de Querétaro, S.A. de C.V. ("IEQSA")	19.60%	Ps.	72,561	Ps.	72,532
<b>COCA-COLA FEMSA DE BUENOS AIRES S.A.</b>					
Complejo Industrial Can, S.A. ("CICAN")	48.10%		136,687		129,822
<b>OTROS</b>					
	Varios		1,816		1,872
		Ps.	211,064	Ps.	204,226

## NOTA 9. Propiedades, Planta y Equipo, Neto

	2000		1999	
Terrenos	Ps.	782,964	Ps.	724,974
Edificios, maquinaria y equipo		8,470,806		8,903,013
Depreciación acumulada		(2,787,757)		(2,769,062)
Inversiones en proceso		269,194		261,815
Botellas y cajas		320,132		343,023
	Ps.	7,055,339	Ps.	7,463,763

De acuerdo con un programa de desinversiones, la Compañía ha identificado activos fijos, principalmente terrenos, edificios y equipo, los cuales al 31 de diciembre de 2000 y 1999, ascendieron a Ps. 20,525 y Ps. 58,927, respectivamente. Dichos activos han sido valuados y registrados a su valor estimado de realización, conforme a los avalúos correspondientes. Adicionalmente son considerados como activos monetarios y se les calcula pérdida por posición monetaria, la cual se registra en los resultados del ejercicio.

Como parte de los programas de racionalización de la capacidad de producción y sustitución de activos, algunas de las subsidiarias de la Compañía registraron bajas de activos y ajustes a los valores de ciertos activos para adecuarlos a las actuales condiciones económicas y de la industria. Lo anterior generó cargos a resultados al 31 de diciembre de 2000 y 1999 por Ps. 205,942 y Ps. 66,979 (valor nominal), respectivamente.

## NOTA 10. Cargos Diferidos, Neto

	2000		1999	
Acuerdos con clientes	Ps.	45,985	Ps.	23,654
Mejoras en propiedades arrendadas		72,695		25,101
Equipos de refrigeración		260,270		292,715
Pasivo adicional de las obligaciones laborales (ver Nota 13)		5,142		14,519
Publicidad pagada por anticipado		43,530		36,713
Costo de las opciones para el programa de bonos (ver Nota 14)		7,626		11,368
Gastos diferidos del Bono Yankee		32,043		37,535
Otros		34,717		45,240
	Ps.	502,008	Ps.	486,845



**NOTA 11. Saldos y Operaciones con Partes Relacionadas y Compañías Asociadas**

El balance y estado de resultados consolidados incluyen los siguientes saldos y operaciones con partes relacionadas y compañías asociadas:

	2000		1999	
<b>EMPREX Y SUBSIDIARIAS:</b>				
Saldos:				
Activos (cuentas por cobrar)	Ps.	<b>7,548</b>	Ps.	11,765
Pasivos (proveedores y otros pasivos)		<b>94,582</b>		90,405

	2000		1999		1998	
Operaciones:						
Ventas y otros ingresos	Ps.	<b>80,191</b>	Ps.	45,954	Ps.	65,023
Compras de inventarios		<b>562,059</b>		561,926		1,110,405
Gastos de operación		<b>625,398</b>		532,187		335,087

	2000		1999	
<b>THE COCA-COLA COMPANY:</b>				
Saldos:				
Activos (cuentas por cobrar)	Ps.	<b>121,821</b>	Ps.	63,401
Pasivos (proveedores y otros pasivos)		<b>185,875</b>		234,057

	2000		1999		1998	
Operaciones:						
Compras de concentrado	Ps.	<b>2,721,336</b>	Ps.	2,542,424	Ps.	2,582,952
Gastos financieros		<b>26,112</b>		18,706		2,332

Otras Asociadas:

Al 31 de diciembre de 2000, 1999 y 1998, las compañías subsidiarias recibieron diversos servicios de empresas en las cuales algunos accionistas de la Compañía tienen participación:

	2000		1999		1998	
<b>OTRAS ASOCIADAS:</b>						
Intereses:						
Pagados	Ps.	<b>30</b>	Ps.	870	Ps.	44,693
Cobrados		<b>14,445</b>		13,984	Ps.	2,451



Compras aproximadas de producto envasado:

	2000		1999		1998
Operaciones:					
IEQSA	Ps.	<b>200,842</b>	Ps.	242,940	Ps. 294,518
CICAN		<b>296,103</b>		339,890	Ps. 456,600

### NOTA 12. Saldos y Transacciones en Moneda Extranjera

Los activos y pasivos en monedas extranjeras convertidos a dólares, excluyendo los saldos de Coca-Cola FEMSA Buenos Aires, son los siguientes:

	Tipo de Cambio Aplicable*	Miles de Dólares Americanos		Total
		Corto plazo	Largo plazo	
<b>Saldos:</b>				
<b>Diciembre 31, 2000:</b>	<b>9.6100</b>			
<b>Activos</b>		<b>\$19,858</b>	<b>\$ —</b>	<b>\$ 19,858</b>
<b>Pasivos</b>		<b>7,975</b>	<b>304,847</b>	<b>312,822</b>
Diciembre 31, 1999:	9.4950			
Activos		\$ 2,093	\$ —	\$ 2,093
Pasivos		8,350	301,212	309,562

\*Pesos por dólar americano.

Las transacciones en monedas extranjeras convertidas a dólares, excluyendo las operaciones de Coca-Cola FEMSA Buenos Aires, fueron las siguientes:

	Miles de Dólares Americanos		
	2000	1999	1998
Operaciones:			
Ingresos por intereses	<b>\$ 208</b>	\$ 213	\$ 83
Egresos por intereses y comisiones	<b>28,428</b>	31,821	36,189
	<b>\$(28,220)</b>	\$(31,608)	\$(36,106)

Al 25 de enero de 2000, fecha de emisión de los presentes estados financieros consolidados, la posición en moneda extranjera es similar a la del 31 de diciembre de 2000 y el tipo de cambio a esta fecha fue de 9.6735 pesos por dólar.

### NOTA 13. Obligaciones Laborales

El estudio actuarial de los pasivos del plan de pensiones y jubilaciones (subsidiarias mexicanas y argentina) y prima de

antigüedad (exclusivo para subsidiarias mexicanas), así como el costo del ejercicio fue determinado utilizando los siguientes supuestos a largo plazo:

Tasas reales	2000
Tasa de descuento anual	6.0%
Incremento de sueldos	2.0%
Tasa de retorno de la inversión	6.0%

Los saldos del pasivo y del fideicomiso, así como el costo del ejercicio ascendieron a:

	2000	1999
Plan de pensiones y jubilaciones:		
Obligaciones por personal jubilado	Ps. 58,954	Ps. 46,622
Obligaciones por personal activo	92,572	103,053
Obligaciones por beneficios actuales	151,526	149,675
Exceso de la obligación por beneficios proyectados sobre la obligación por beneficios actuales	27,315	29,834
Obligaciones por beneficios proyectados sin fundear	178,841	179,509
Fideicomiso del plan de pensiones a valor de mercado	(38,503)	(38,392)
Obligaciones por beneficios proyectados sin fundear	140,338	141,117
Obligaciones por servicios pasados por amortizar	(1,029)	(1,068)
Utilidad (pérdida) actuarial por amortizar	5,177	(14,320)
	144,486	125,729
Pasivo adicional	—	10,388
Total	Ps. 144,486	Ps. 136,117

	2000	1999
Prima de antigüedad:		
Obligaciones por personal con antigüedad mayor a 15 años	Ps. 5,173	Ps. 7,065
Obligaciones por personal con antigüedad menor a 15 años	11,109	12,741
Obligaciones por beneficios actuales	16,282	19,806
Exceso de la obligación por beneficios proyectados sobre las obligaciones por beneficios actuales	1,566	1,810
Obligaciones por beneficios proyectados	17,848	21,616
Obligaciones por servicios pasados por amortizar	(2,208)	(2,369)
Pérdida actuarial por amortizar	(4,459)	(1,004)
	11,181	18,243
Pasivo adicional	5,142	4,131
Total	Ps. 16,323	Ps. 22,374
Total Obligaciones Laborales	Ps. 160,809	Ps. 158,491



	2000		1999		1998	
<b>Costo del ejercicio:</b>						
Plan de pensiones y jubilaciones	<b>Ps.</b>	<b>22,194</b>	Ps.	18,888	Ps.	18,907
Prima de antigüedad		<b>4,781</b>		5,003		4,984
	<b>Ps.</b>	<b>26,975</b>	Ps.	23,891	Ps.	23,891

Las utilidades o pérdidas actuariales acumuladas fueron generadas debido a las diferencias en los supuestos utilizados en los cálculos actuariales al principio del año contra el comportamiento real de dichas variables al cierre del ejercicio.

Al 31 de diciembre de 2000 y de 1999, en algunas subsidiarias el importe del pasivo de las obligaciones por beneficios proyectados fue inferior al de la obligación por beneficios actuales, neta de los activos a valor de mercado, por lo que se reconoció un pasivo adicional que se registró contra un activo intangible y se presenta dentro del rubro de cargos diferidos, neto (ver Nota 10).

Los activos del fideicomiso están constituidos por fondos de renta fija y variable, valuados a valor de mercado.

En el resultado integral de financiamiento se incluye el costo financiero, neto del rendimiento de los activos correspondiente a las obligaciones laborales, el cual ascendió a Ps. 9,600, Ps. 8,815 y Ps. 11,045, al 31 de diciembre de 2000, 1999 y 1998, respectivamente.

#### **NOTA 14. Programa de Bonos**

Algunas subsidiarias de la Compañía iniciaron un programa de bonos en beneficio de ciertos de sus ejecutivos. Bajo los términos de este programa aprobado en abril de 1997, los ejecutivos tienen derecho en el quinto aniversario del programa, al pago de un bono especial basado en su salario y condicionado a que por lo menos dupliquen en términos reales el valor de mercado de las acciones de FEMSA y Coca-Cola FEMSA (en partes iguales).

En noviembre de 1997, la Compañía cubrió el riesgo de la obligación potencial resultante de dicho programa relacionado con las acciones de FEMSA, mediante la compra de opciones las cuales posteriormente fueron depositadas en un fideicomiso. El costo de compra de las opciones fue registrado en el rubro de cargos diferidos, neto, y será amortizado en los siguientes dos años, es decir al término del programa. Al 31 de diciembre de 2000 y 1999, el monto pendiente de amortizar correspondiente a estas opciones ascendió a Ps. 7,626 y Ps. 11,368 respectivamente (ver Nota 10).

Asimismo en diciembre de 1999, la Compañía cubrió el riesgo de la obligación potencial relacionado con las acciones de Coca-Cola FEMSA, mediante la compra de opciones de compra-venta de dichas acciones lo cual no generó ningún costo.

Las opciones adquiridas son valuadas a valor de mercado y cualquier ingreso derivado de las mismas, es registrado solamente por el monto en que exceda a la obligación potencial, la cual es determinada con base al precio de la acción al final de cada ejercicio reportado. A la fecha de los presentes estados financieros ningún ingreso ha sido registrado.

Adicionalmente, la Compañía instituyó en 1999 un nuevo plan de compensación a ciertos ejecutivos clave, el cual consiste en otorgarles durante los siguientes cinco años, un bono anual de acuerdo con sus responsabilidades en la organización y el resultado de su desempeño en el año anterior. El monto neto después de impuestos será anualmente transmitido irrevocablemente



en propiedad por cada uno de los ejecutivos clave a un fideicomiso constituido por los ejecutivos, con el fin de que mediante instrucciones de un comité técnico, el fideicomiso pueda:

- Adquirir acciones de FEMSA o de cualquiera de sus subsidiarias que coticen en BMV o en certificados de depósito que las representen, y que coticen en NYSE; y/o
- Adquirir opciones para la compra de las acciones mencionadas anteriormente.

Los ejecutivos podrán disponer de las acciones u opciones asignadas, según sea el caso, un año después de que éstas fueron otorgadas en un 20% anual.

El bono anual se registra en los resultados de operación del período. El monto pagado correspondiente a 2000 y 1999, ascendió a Ps. 23,120 y Ps. 18,433. Los cuales fueron registrados como pagos anticipados usando el método de línea recta durante el período.

### NOTA 15. Préstamos Bancarios

Los préstamos bancarios a largo plazo de la Compañía son los siguientes (denominados en dólares, a menos que se indique lo contrario):

Banco	Tasa de interés	2000	1999
<b>Tasa de interés fija:</b>			
Bono Yankee	8.95%	Ps. 1,922,000	Ps. 2,068,202
Colocación privada: Citibank, N.A.	9.40%	961,000	1,034,100
Banque Paribas	7.69%	13,038	35,062
GE Capital Leasing	9.44%	45,321	—
		<b>2,941,359</b>	<b>3,137,364</b>
Varios	Libor + 2	14,212	28,217
		<b>Ps. 2,955,571</b>	<b>Ps. 3,165,581</b>

Los vencimientos de los préstamos bancarios a largo plazo al 31 de diciembre del 2000 se integran de la siguiente manera:

Vencimiento corto plazo del pasivo a largo plazo	Ps. 19,832
2002	14,473
2003	8,317
2004	969,317
2005	6,251
2006	1,928,251
2007	6,251
2008	2,879
	<b>Ps. 2,955,571</b>

Al 31 de diciembre de 2000, todas las restricciones y razones financieras establecidas en los contratos de crédito vigentes han sido cumplidas.



**NOTA 16. Valor de Mercado de los Instrumentos Financieros**

El valor en libros y el valor de mercado de los instrumentos financieros de la Compañía, se resumen a continuación:

Miles de dólares americanos	2000		1999	
	Valor en Libros	Valor de Mercado	Valor en Libros	Valor de Mercado
Préstamos bancarios a largo plazo	\$ 307,551	\$ 316,209	\$ 302,835	\$ 308,193
Prima pagada por opciones para la compra de dólares	\$ 1,394	\$ 552	\$ —	\$ —

El valor de mercado de los préstamos bancarios a largo plazo así como de los créditos sindicados, se basa en el valor de los flujos descontados. La tasa de descuento se estima utilizando las tasas actuales ofrecidas para deudas con montos y vencimientos similares.

El valor de mercado de las opciones para la compra de acciones, se estima con base a los precios cotizados en el mercado para dar por terminados a una fecha específica, dichos contratos. La Compañía no prevé la cancelación anticipada de estos contratos y espera que su fecha de vencimiento será la originalmente establecida cuando fueron contratados. Los términos y condiciones relacionados con las opciones para la compra de las acciones de Coca-Cola FEMSA, así como su tratamiento contable se describen en la Nota 14.

Al 31 de diciembre de 2000 la compañía tiene vigentes 35 contratos forwards para la compra y venta de dólares por un monto de \$131,400 y \$121,800 respectivamente, los cuales vencen durante el 2001, el valor de mercado de los contratos asciende a \$3,800 y se estima con base al precio de cotización de cada uno de los mismos al 31 de diciembre de 2000, asumiendo las mismas fechas de vencimiento de los contratos originales. Asimismo con el propósito de cubrir una posible devaluación del peso argentino, la compañía adquirió 10 contratos de forwards por un monto de \$100,000 con un vencimiento en el 2001 y cuyo valor de mercado asciende a \$2,700.

Adicionalmente, se tienen vigentes 24 contratos de opciones para compra de dólares, por un monto de \$87,600, los cuales expiran durante el 2001. El valor de mercado de las opciones para compra de dólares, se estima con base a la cotización al 31 de diciembre de 2000, del valor de la prima que se pagaría por dichos contratos, considerando los montos y tipos de cambio estipulados en los contratos originales.

**NOTA 17. Capital Contable**

Al 31 de diciembre de 2000, el capital social de Coca-Cola FEMSA está representado por 1,425 millones de acciones ordinarias nominativas, sin expresión de valor nominal y con cláusula de admisión de extranjeros. El capital fijo asciende a Ps. 633,250 (valor nominal) y el capital variable no debe exceder de diez veces el capital social mínimo fijo.

Las características de las acciones comunes son las siguientes:

- Las acciones serie “A” y serie “D” son ordinarias, de voto sin restricción y representarán como mínimo el 75% del capital social suscrito. Están sujetas a ciertas restricciones para su transferencia.
- Las acciones serie “A” sólo podrán ser adquiridas por mexicanos y representarán en todo momento no menos del 51% de las acciones ordinarias.

- Las acciones serie “D” son de libre suscripción y no podrán exceder el 49% de las acciones ordinarias.
- Las acciones serie “L” son de voto y otros derechos corporativos limitados.

Se tienen autorizadas, sin suscribir 270,750 miles de acciones serie “B” y 204,000 miles de acciones serie “L”.

Al 31 de diciembre de 2000, el capital social de Coca-Cola FEMSA se integra de la siguiente manera:

	Miles de Acciones
Series A	726,750
Series D	427,500
Series L	270,750
<b>Total</b>	<b>1,425,000</b>

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:

	Saldo Histórico	Actualización	Saldo Actualizado
Capital social	Ps. 633,250	Ps. 1,514,048	Ps. 2,147,298
Prima en suscripción de acciones	305,505	1,205,250	1,510,755
Utilidades retenidas	2,170,710	1,807,685	3,978,395
Utilidad neta del ejercicio	1,242,866	49,134	1,292,000

En asamblea general ordinaria de accionistas celebrada el 7 de marzo de 2000, se acordó decretar un dividendo a razón de 0.1533 pesos por acción (valor nominal) el cual se pagó en julio de 2000.

La utilidad neta de las subsidiarias mexicanas está sujeta a la disposición legal que requiere que el 5% de la utilidad neta de cada ejercicio sea traspasada a la reserva legal, hasta que ésta sea igual al 20% del capital social. Esta reserva no es susceptible de distribuirse a los accionistas durante la existencia de la compañía, excepto en la forma de dividendos en acciones. Al 31 de diciembre de 2000, la reserva legal de Coca-Cola FEMSA asciende a Ps. 126,550.

Hasta 1998, las utilidades retenidas y otras reservas que se distribuyeron como dividendos, así como los efectos que se derivaron de reducciones de capital, estaban gravados con un 34% de ISR a cargo de Coca-Cola FEMSA, en el caso de que no provinieran de la cuenta de utilidad fiscal neta.

Los dividendos que se paguen a partir de 1999, a personas físicas o residentes en el extranjero, estarán sujetos a retención del impuesto sobre la renta a una tasa efectiva del 7.5% al 7.7%, la cual varía según el año en que las utilidades hayan sido generadas. Además, en caso de repartir utilidades que no hubieran causado el impuesto aplicable a la empresa, éste tendrá que pagarse al distribuir el dividendo. Por lo anterior, la Compañía debe llevar control de las utilidades sujetas a cada tasa. Las utilidades que ya pagaron el impuesto aplicable a la empresa ascienden aproximadamente a Ps. 889,614.



## **NOTA 18. Entorno Fiscal**

### **a) ISR:**

El ISR en México se calcula sobre un resultado fiscal, el cual difiere de la utilidad contable, principalmente por la diferencia entre las compras y el costo de ventas, por el tratamiento del resultado integral de financiamiento, los costos relativos a las obligaciones laborales y la depreciación de activos fijos. La utilidad fiscal se incrementa o disminuye por los efectos de la inflación sobre ciertos activos y pasivos monetarios a través del componente inflacionario fiscal, el cual es similar al resultado por posición monetaria.

A partir de 1999, la tasa del impuesto sobre la renta es del 35% pudiendo la Compañía diferir el pago del impuesto por aproximadamente un 5% (siendo durante 1999 del 3%) hasta la fecha en que se repartan dividendos de dicha utilidad, mientras dichos dividendos provengan de la utilidad fiscal neta reinvertida, la cual al 31 de Diciembre de 2000 asciende a Ps. 1,510,376.

El ISR en Argentina se calcula sobre un resultado fiscal, el cual difiere de la utilidad contable principalmente por la diferencia en la depreciación y las provisiones. En Argentina la tasa de ISR se incrementó a partir de 1999 del 33% al 35%. En 1998 Coca-Cola FEMSA de Buenos Aires amortizó la totalidad de sus pérdidas fiscales de años anteriores.

### **b) IMPAC:**

El IMPAC en México se causa a razón del 1.8% anual sobre el promedio neto de la mayoría de los activos a valores fiscales menos ciertos pasivos. El IMPAC se paga únicamente por el monto en que exceda del ISR del ejercicio. Cuando en el ejercicio resulte pago de IMPAC, se podrá acreditar contra éste, el importe en que el ISR excedió al IMPAC de los tres años anteriores. Adicionalmente, dicho pago es recuperable en forma actualizada en la medida en que el ISR exceda al IMPAC en los diez ejercicios siguientes.

A partir de 1998, en Argentina se estableció el Impuesto a las Ganancias Mínimas Presuntas (IGMP), el cual es similar al IMPAC y se paga únicamente por el monto en que exceda del ISR del ejercicio. Cuando en el ejercicio resulte pago de IGMP, podrá recuperarse en la medida en que el ISR exceda al IGMP en los cuatro ejercicios siguientes.

### **c) PTU:**

La PTU se calcula sobre un 10% de las utilidades individuales de cada una de las subsidiarias mexicanas basada en la utilidad fiscal, excepto por considerar la depreciación histórica en lugar de la depreciación actualizada, la fluctuación cambiaria exigible y no considerar algunos de los otros efectos de la inflación.

La ley de impuestos en Argentina, no considera pago alguno de PTU.

### **d) ISR diferido:**

Como se menciona en la nota 4 m), a partir de enero de 2000 entró en vigor el Boletín D-4 revisado, el cual consiste en el reconocimiento de activos y pasivos por impuestos diferidos, derivados de las diferencias temporales, entre las bases fiscales y contables. Al 31 de Diciembre de 2000 no existen partidas temporales para efectos de PTU que tengan definida su fecha de reversión, por lo tanto no se ha determinado efecto diferido alguno.



El efecto fiscal de las diferencias temporales que generaron pasivos (activos) por ISR diferido son los siguientes:

ISR Diferido	2000		1999	
Inventarios	Ps.	<b>118,859</b>	Ps.	120,541
Propiedades, planta y equipo, neto <sup>(i)</sup>		<b>577,267</b>		586,739
Inversión en acciones		<b>43,809</b>		41,990
Cargos diferidos		<b>159,478</b>		178,318
Obligaciones laborales		<b>(56,283)</b>		(55,122)
Otras reservas		<b>(54,746)</b>		(30,671)
	Ps.	<b>788,384</b>	Ps.	841,795

(i) Incluye botellas y cajas.

	2000	1999	1998
Tasa impositiva	<b>35.00%</b>	35.00%	34.00%
Diferencias permanentes:			
Ganancia por posición monetaria	<b>(0.70)</b>	(7.80)	(5.88)
Componente inflacionario	<b>0.50</b>	7.99	3.06
Gastos no deducibles y otros	<b>3.09</b>	4.73	14.74
Diferencias temporales:			
Depreciación	—	0.58	(8.06)
Costo de ventas vs. compras, mano de obra y otros gastos	—	(3.42)	(4.57)
Reservas	—	0.30	2.44
Aplicación de pérdidas fiscales	—	—	(2.28)
Tasa efectiva de impuestos	<b>37.89%</b>	37.38%	33.45%

e) La provisión de impuestos está integrada de la siguiente manera:

	2000		1999		1998	
ISR causado	Ps.	<b>800,905</b>	Ps.	686,329	Ps.	402,802
ISR diferido		<b>56,165</b>		—		—
PTU		<b>113,127</b>		105,149		62,232
	Ps.	<b>970,197</b>	Ps.	791,478	Ps.	465,034

Las pérdidas fiscales por amortizar se podrán aplicar contra las utilidades fiscales que se obtengan durante los siguientes diez ejercicios a partir del año en que estas se generan, de acuerdo con las disposiciones fiscales mexicanas.

Al 31 de diciembre del 2000, la Compañía no tiene pérdidas fiscales por amortizar, ni IMPAC por recuperar.

**NOTA 19. Contingencias y Garantías**

La SHCP determinó créditos fiscales a ciertas subsidiarias de Coca-Cola FEMSA, por concepto de la actualización de pérdidas fiscales. Coca-Cola FEMSA denunció contradicción de tesis ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación, dado que se



habían resuelto estos casos en distinto sentido en los diferentes tribunales colegiados. Sin embargo, se dictó sentencia desfavorable por lo que las subsidiarias de Coca-Cola FEMSA liquidaron los créditos pendientes de resolución por un monto de Ps. 1,015, los cuales se reconocieron en resultados en el rubro de otros gastos, neto.

Adicionalmente, la SHCP fincó créditos fiscales a ciertas subsidiarias de Coca-Cola FEMSA, por considerar que éstas amortizaron pérdidas fiscales generadas con anterioridad al ejercicio de 1987 contra las utilidades de los ejercicios de 1990 a 1993. Coca-Cola FEMSA al igual que en el caso anterior, denunció la contradicción de tesis ante la Suprema Corte de Justicia, quien también en este caso dictó resolución desfavorable de los juicios pendientes, por lo que en diciembre de 1999 se decidió pagar dichos créditos por un monto de Ps. 7,155, los cuales fueron incluidos dentro de otros gastos, neto.

## NOTA 20. Información por Segmentos

Información relevante de las subsidiarias de Coca-Cola FEMSA, dividida por áreas geográficas, se presenta a continuación

Diciembre 2000	México	Buenos Aires <sup>(a)</sup>	Total
Ingresos Totales	Ps. 13,119,998	Ps. 3,464,776	Ps. 16,584,774
Utilidad de Operación	2,766,641	173,698	2,940,339
Gasto Financiero	331,070	6,160	337,230
Producto Financiero	119,473	16,342	135,815
ISR	788,170	68,900	857,070
PTU	113,127	—	113,127
Depreciación y Amortización de Crédito Mercantil	517,423	305,138	822,561
Rotura de botellas, amortización y otros	375,747	44,118	419,865
Activos de Largo Plazo	6,312,780	3,094,212	9,406,992
Total Activos <sup>(2)</sup>	8,649,581	4,117,605	12,767,186
Total Pasivos	4,554,614	735,259	5,289,873
ISR por pagar <sup>(3)</sup>	778,785	288,255	1,067,040
Inversiones en Activo <sup>(4)</sup>	792,503	102,514	895,017

Diciembre 1999	México	Buenos Aires <sup>(a)</sup>	Total
Ingresos Totales	Ps. 11,402,347	Ps. 3,752,850	Ps. 15,155,197
Utilidad de Operación	1,993,423	219,614	2,213,037
Gasto Financiero	438,587	9,178	447,765
Producto Financiero	45,665	33,299	78,964
ISR	599,272	87,057	686,329
PTU	105,149	—	105,149
Depreciación y Amortización de Crédito Mercantil	426,667	302,910	729,577
Rotura de botellas, amortización y otros	360,528	62,782	423,310
Activos de Largo Plazo	6,662,550	3,335,368	9,997,918
Total Activos <sup>(2)</sup>	7,769,890	4,134,697	11,904,587
ISR por recuperar	1,446	2,217	3,663
Total Pasivos <sup>(2)</sup>	4,470,180	608,157	5,078,337
ISR por pagar <sup>(3)</sup>	429,393	123,955	553,348
Inversiones en Activo <sup>(4)</sup>	807,792	113,512	921,304

Diciembre 1998	México	Buenos Aires <sup>(1)</sup>	Total
Ingresos Totales	Ps. 10,660,392	Ps. 3,817,022	Ps. 14,477,414
Utilidad de Operación	1,693,273	179,613	1,872,886
Gasto Financiero	530,249	13,699	543,948
Producto Financiero	11,512	10,705	22,217
ISR	402,802	—	402,802
PTU	62,232	—	62,232
Depreciación y Amortización de Crédito Mercantil	418,658	177,993	596,651
Rotura de botellas, amortización y otros	274,144	62,701	336,845
Inversiones en Activo <sup>(4)</sup>	1,329,373	191,080	1,520,453

(1) Incluye efecto del crédito mercantil.

(2) Los Activos y Pasivos totales no incluyen el ISR por recuperar y el ISR por pagar, respectivamente.

(3) Incluye diferimiento del Impuesto Sobre la Renta por un 3% que se encuentra registrado a largo plazo (Ver Nota 18).

(4) Incluye inversiones en propiedad, planta y equipo así como cargos diferidos.

## NOTA 21. Diferencias entre los PCGA Mexicanos y los US GAAP

Los estados financieros consolidados de la Compañía están preparados de acuerdo a PCGA mexicanos, los cuales difieren en ciertos aspectos importantes de US GAAP. La Nota 22 presenta la conciliación de la utilidad neta, el capital contable y la utilidad neta integral, entre PCGA mexicanos y los US GAAP.

Estas conciliaciones no incluyen la reversión de los efectos de la inflación de los estados financieros requeridos por los PCGA mexicanos en el Boletín B-10. La aplicación del Boletín B-10 a los estados financieros representa una medición integral de los efectos por cambios en el nivel general de precios en la economía mexicana, por lo que se considera una presentación más adecuada que la de los estados financieros preparados sobre bases históricas, tanto para efectos de los PCGA mexicanos como para US GAAP.

Las principales diferencias entre PCGA mexicanos y US GAAP, incluidas en la conciliación dado que tienen un efecto en los estados financieros consolidados de la Compañía, se describen a continuación:

### a) Actualización de los Estados Financieros de Ejercicios Anteriores:

Como se explica en la Nota 4 a), de acuerdo a PCGA mexicanos, la información financiera de ejercicios anteriores relativa a subsidiarias en el extranjero, se actualiza utilizando el índice de inflación del país de origen de la subsidiaria y posteriormente se convierte a pesos mexicanos utilizando el tipo de cambio de cierre del ejercicio.

De acuerdo con US GAAP, la información financiera de años anteriores relativa a subsidiarias en el extranjero, debe actualizarse en unidades constantes de la moneda que se reporta. Para el caso de la Compañía es el peso mexicano actualizado, aplicando a las cifras del ejercicio anterior los factores derivados del INPC.

Adicionalmente, el resto de los ajustes para conciliar a US GAAP que requieren actualización, han sido determinados con base en la metodología de US GAAP.

### b) Gastos Promocionales Diferidos:

Como se explica en la Nota 4 e), para efectos de PCGA mexicanos, los gastos promocionales relativos al lanzamiento de nuevos productos o presentaciones se registran como pagos anticipados. Para efectos de US GAAP, todos los gastos promocionales se cargan a resultados al momento en que se incurren.



**c) Actualización de Maquinaria y Equipo de Importación:**

Como se explica en la Nota 4f), de acuerdo con PCGA mexicanos, la maquinaria y el equipo de importación han sido actualizados mediante la aplicación de la tasa de inflación del país de origen y convertidos al tipo de cambio de cierre del ejercicio.

De acuerdo con US GAAP, la actualización de la maquinaria y el equipo, tanto de procedencia nacional como importado, se calcula utilizando factores derivados del INPC.

**d) Capitalización del Resultado Integral de Financiamiento:**

De acuerdo con PCGA mexicanos, es opcional capitalizar el costo integral de financiamiento (intereses, fluctuación cambiaria y posición monetaria) generado por créditos contratados para financiar proyectos de inversión. La Compañía ha tenido como política el no capitalizar el costo integral de financiamiento.

Bajo US GAAP, los intereses que son incurridos durante la construcción de los activos calificados, se deben capitalizar como parte del costo de dichos activos.

Dentro de la conciliación de la utilidad neta y capital contable entre PCGA mexicanos y US GAAP, se incluye una partida por este concepto, la cual se determina por compañía aplicando al saldo de inversiones en proceso la tasa promedio ponderada de la deuda total neta del efecto por posición monetaria asociado a dicha deuda.

**e) Costo de los Contratos de Forward:**

De acuerdo con PCGA mexicanos el costo de los contratos de forwards es reconocido como gasto al vencimiento de dicho contrato.

De acuerdo con US GAAP, el costo inicial de los contratos de forward se determina por la diferencia entre el tipo de cambio vigente a la fecha en que se firman los contratos y el tipo de cambio forward. El costo se amortiza bajo el método de línea recta sobre la vida de dicho contrato.

**f) ISR, IMPAC y PTU Diferidos:**

La Compañía para efectos de conciliación con US GAAP adoptó el SFAS No. 109, "Reconocimiento del Impuesto sobre la Renta" el cual consiste en el reconocimiento de los pasivos y activos por impuestos diferidos que surjan de los efectos fiscales futuros de todas las diferencias temporales entre los saldos contables y fiscales de pasivos y activos. De acuerdo a PCGA mexicanos, como se explica en la nota 4 m) a partir del 1o. de enero de 2000 entró en vigor el Boletín D-4 revisado, el cual difiere al US GAAP en lo siguiente:

- Bajo PCGA mexicanos los impuestos diferidos son clasificados como no circulantes, mientras que bajo US GAAP, se basa en la clasificación de los activos y pasivos que le dieron origen.
- Bajo PCGA mexicanos, el impuesto diferido aplicable a los resultados del ejercicio se determina comparando el saldo inicial y final de impuestos diferidos, excluyendo las diferencias temporales que se registran directamente en el capital contable. El impuesto diferido de estas diferencias temporales se registra en la misma cuenta del capital contable que le dio origen. Bajo US GAAP el efecto a resultados se determina disminuyendo el saldo del impuesto diferido al inicio del ejercicio actualizado a pesos constantes al saldo de impuesto diferido al final del ejercicio.
- Bajo PCGA mexicanos los efectos de la inflación relacionados con partidas monetarias se reconocen en el resultado por posición monetaria. Bajo US GAAP el saldo total de impuestos diferidos se clasifica como una partida no monetaria, por lo que los efectos de la inflación se reconocen en la misma cuenta de impuestos diferidos en el estado de resultados.



- Bajo PCGA mexicanos la PTU diferida se calcula considerando sólo las diferencias temporales que surjan durante el ejercicio y que se espera que se reviertan en un periodo determinado, mientras que bajo US GAAP se utiliza el método del pasivo, mismo que es aplicado para el ISR diferido.

Adicionalmente, para efectos de PCGA mexicanos, la actualización de maquinaria y equipo de importación y la capitalización del resultado integral de financiamiento tienen un tratamiento diferente que bajo US GAAP (ver Nota 21 c y d), por lo que el efecto del ISR diferido bajo US GAAP difiere al presentado bajo PCGA mexicanos (ver Nota 18 d).

El efecto fiscal de las diferencias temporales que generaron pasivos (activos) por impuestos diferidos de acuerdo con el SFAS No. 109 son los siguientes:

ISR Diferido	2000		1999	
<b>Circulante:</b>				
Otras Reservas	<b>Ps.</b>	<b>(54,746)</b>	Ps.	(32,619)
Inventarios		<b>118,859</b>		121,480
<b>No circulante:</b>				
Propiedades, planta y equipo, neto		<b>723,794</b>		704,686
Capitalización del resultado integral de financiamiento				
Inversión en acciones		<b>43,809</b>		44,326
Cargos diferidos		<b>159,478</b>		190,182
Plan de pensiones		<b>(50,570)</b>		(43,156)
Prima de antigüedad		<b>(5,713)</b>		(6,385)
ISR diferido bajo US GAAP		<b>934,911</b>		978,514
ISR diferido bajo PCGA mexicanos		<b>(788,384)</b>		—
<b>ISR diferido adicional bajo US GAAP</b>	<b>Ps.</b>	<b>146,527</b>	<b>Ps.</b>	<b>978,514</b>

PTU Diferida	2000		1999	
<b>Circulante:</b>				
Otras Reservas	<b>Ps.</b>	<b>(4,350)</b>	Ps.	(1,634)
Inventarios		<b>33,960</b>		34,440
<b>No circulante:</b>				
Propiedades, planta y equipo, neto		<b>172,420</b>		233,934
Capitalización del resultado integral de financiamiento				
Cargos diferidos		<b>15,432</b>		19,781
Plan de pensiones		<b>(11,852)</b>		(9,422)
Prima de antigüedad		<b>(1,633)</b>		(1,824)
Fluctuación cambiaria				
	<b>Ps.</b>	<b>203,977</b>	<b>Ps.</b>	<b>275,275</b>



**g) Plan de Pensiones y Otras Obligaciones Laborales:**

De acuerdo con PCGA mexicanos las obligaciones laborales se determinan mediante cálculos actuariales de acuerdo con el Boletín D-3 “Obligaciones Laborales”, el cual es esencialmente igual al SFAS No. 87 “Reconocimiento de las pensiones por parte de los patrones” de los US GAAP. La diferencia importante se genera por el año inicial de aplicación de dichos boletines. Para PCGA mexicanos se inició la aplicación en el año de 1993, mientras que para US GAAP se inició en 1987. Lo anterior genera una diferencia en el monto de obligaciones laborales por servicios pasados pendientes de amortizar y en el monto de la amortización.

Bajo PCGA mexicanos y US GAAP, no existe diferencia en el pasivo por prima de antigüedad.

La Compañía prepara un estudio del costo de sus obligaciones laborales de acuerdo con US GAAP basado en cálculos actuariales, considerando los mismos supuestos que se utilizaron para determinar los cálculos bajo PCGA mexicanos (ver Nota 13).

El costo neto del ejercicio, el saldo del pasivo laboral y el saldo de los activos del plan a valor de mercado, del plan de pensiones y jubilaciones de acuerdo con el SFAS No. 87, es el siguiente:

Costo Neto del Ejercicio	2000		1999		1998	
Costo laboral	Ps.	<b>13,270</b>	Ps.	11,052	Ps.	7,825
Costo financiero		<b>10,696</b>		9,725		11,518
Rendimiento de los activos del plan		<b>(2,438)</b>		(2,738)		(2,271)
Amortización de servicios pasados y variaciones actuariales		<b>1,036</b>		6,300		874
Costo de pensiones neto bajo US GAAP		<b>22,564</b>		24,339		17,946
Costo de pensiones neto bajo PCGA mexicanos		<b>22,194</b>		19,010		19,408
Costo adicional bajo US GAAP	Ps.	<b>370</b>	Ps.	5,329	Ps.	(1,462)

Pasivo del Plan de Pensiones y Jubilaciones	2000		1999	
Obligaciones por beneficios proyectados	Ps.	<b>178,841</b>	Ps.	181,387
Fideicomiso del plan de pensiones a valor de mercado		<b>(38,503)</b>		(38,392)
Obligaciones por beneficios proyectados sin fondear		<b>140,338</b>		142,995
Obligaciones por servicios pasados por amortizar		<b>(5,262)</b>		(4,677)
Utilidad (pérdida) actuarial		<b>5,771</b>		(14,104)
Total pasivo bajo US GAAP		<b>140,847</b>		124,214
Total pasivo bajo PCGA mexicanos		<b>(144,486)</b>		(127,854)
Pasivo adicional que deberá ser cancelado bajo US GAAP	Ps.	<b>(3,639)</b>	Ps.	(3,640)

Los cambios en el año de la obligación por beneficios proyectados del plan de pensiones, así como los cambios en el año de los activos del plan a valor de mercado, se muestran a continuación:

Cambios en las Obligaciones por Beneficios Proyectados		2000		1999
Obligaciones al inicio del ejercicio	Ps.	181,387	Ps.	164,563
Costo laboral		13,270		11,052
Costo financiero		10,696		9,725
Pérdida actuarial		(21,699)		(106)
Retiros del fondo		(4,813)		(3,847)
Obligaciones al final del ejercicio	Ps.	178,841	Ps.	181,387

Cambios en los Activos del Plan a Valor de Mercado		2000		1999
Saldo al inicio del ejercicio	Ps.	38,392	Ps.	37,390
Rendimientos de los activos del plan		2,438		2,738
Pérdida actuarial		2,486		2,111
Retiros del fondo		(4,813)		(3,847)
Saldo al final del ejercicio	Ps.	38,503	Ps.	38,392

**h) SFAS No. 105:**

Con respecto al SFAS No. 105, "Revelación de Información sobre Instrumentos Financieros cuyo riesgo no es Mostrado en el Balance General e Instrumentos Financieros con Concentración de Riesgo Crediticio", las cuentas por cobrar de la Compañía, las cuales representan numerosas cuentas por cobrar a clientes de menudeo, y los saldos de efectivo de la Compañía no representan una concentración importante de riesgo.

**i) Deterioro del Valor de Activos Fijos:**

Bajo US GAAP, se considera que existe un deterioro en el valor en libros de los activos, cuando el monto total de los futuros flujos de efectivo que se esperan obtener del uso del activo durante el resto de su vida útil, menos los costos operativos y gastos asociados con dicho flujo de efectivo, si esta operación resulta menor que el valor en libros del activo.

El deterioro del valor de un activo de largo plazo, deberá de registrarse en los resultados del período, el monto a registrar es el equivalente al valor en libros de dicho activo, actualizado en términos de poder adquisitivo de la moneda de cierre del período, si éste excede su valor de mercado, el cual se define en el SFAS No.121. "Contabilidad para el Deterioro del Valor de Activos de Larga Vida y Activos de Larga Vida a ser Dados de Baja".

**j) Utilidad Neta Integral:**

La Compañía de acuerdo con PCGA mexicanos cumple con las revelaciones requeridas por el SFAS-130 de los US GAAP.

En la nota 22 c) se presenta una conciliación entre la utilidad integral bajo PCGA mexicanos y US GAAP. La variación en la utilidad integral se genera por los ajustes para conciliar la utilidad neta (ver nota 22 a) y los ajustes a la cuenta de resultado por tenencia de activos monetarios.



**k) Flujo de Efectivo:**

De acuerdo con PCGA mexicanos, la Compañía presenta el estado consolidado de cambios en la situación financiera, siguiendo los lineamientos del Boletín B-12, el cual muestra la generación y aplicación de recursos representados por las diferencias en pesos constantes, entre saldos iniciales y finales de los estados financieros. El Boletín B-12 requiere que las utilidades y pérdidas por posición monetaria y fluctuación cambiaria no realizadas se consideren como desembolsos de efectivo en la determinación de los recursos generados por las operaciones.

El SFAS No. 95 de los US GAAP requiere la presentación de un estado de flujo de efectivo.

El siguiente cuadro muestra una conciliación entre PCGA mexicanos y US GAAP de los recursos generados por (utilizados en) actividades de operación, de inversión y de financiamiento:

	2000	1999	1998
<b>Recursos netos generados por la operación</b>			
bajo PCGA mexicanos	<b>Ps. 2,501,059</b>	Ps. 2,886,828	Ps. 1,595,842
Efecto de inflación	<b>136,076</b>	(6,282)	(129,165)
Fluctuación cambiaria no realizada	<b>342,698</b>	36,292	120,160
Pérdida en bajas de activos fijos	<b>5,034</b>	22,217	178,616
Dividendos	<b>(235,929)</b>	(190,831)	(189,578)
<b>Flujo de efectivo neto generado por la operación bajo US GAAP</b>	<b>Ps. 2,748,938</b>	Ps. 2,748,224	Ps. 1,575,875
<b>Recursos netos utilizados en actividad de</b>			
Inversión bajo PCGA mexicanos	<b>Ps. (895,017)</b>	Ps. (921,304)	Ps. (1,520,453)
Pérdida en bajas de activos fijos	<b>(5,034)</b>	(22,217)	(178,616)
Actualización de activos fijos	<b>—</b>	(9,586)	(59,809)
<b>Flujo de efectivo neto utilizado en actividades de Inversión bajo US GAAP</b>	<b>Ps. (900,051)</b>	Ps. (953,107)	Ps. (1,758,878)
<b>Recursos netos utilizados en actividades de</b>			
financiamiento bajo PCGA mexicanos	<b>Ps. (267,139)</b>	Ps. (1,576,585)	Ps. (143,542)
Efecto de inflación	<b>(136,076)</b>	23,820	178,114
Ganancia o pérdida por fluctuación cambiaria	<b>(342,698)</b>	(36,292)	(120,160)
Dividendos decretados	<b>235,929</b>	190,831	189,579
<b>Flujo de efectivo neto generado (utilizado en) generado por actividades de financiamiento bajo US GAAP</b>	<b>Ps. (509,984)</b>	Ps. (1,398,226)	Ps. 103,991
<b>Información complementaria del flujo de efectivo:</b>			
Intereses pagados	<b>Ps. 185,963</b>	Ps. 349,013	Ps. 453,282
ISR e IMPAC pagados	<b>1,247,721</b>	483,237	403,008



**l) Información Financiera Condensada bajo US GAAP:**

A continuación se muestran los estados consolidados condensados de situación financiera y de resultados, incluyendo todas las partidas en conciliación descritas anteriormente y conciliadas en la Nota 22.

Estado de Resultados	2000	1999	1998
Ingresos totales	<b>Ps. 16,584,774</b>	Ps. 15,473,206	Ps. 15,577,085
Utilidad de operación	<b>2,856,359</b>	2,110,048	1,839,104
Utilidad antes de impuestos	<b>2,259,618</b>	1,757,604	1,208,342
Impuestos	<b>861,133</b>	691,079	646,785
Utilidad neta aproximada bajo US GAAP	<b>1,398,485</b>	1,066,524	561,557
Resultado por conversión	<b>91,169</b>	411,857	(105,405)
Resultado por tenencia de activos no monetarios	<b>(98,401)</b>	(334,351)	(62,849)
Utilidad neta integral aproximada bajo US GAAP	<b>Ps. 1,391,253</b>	Ps. 1,144,030	Ps. 393,303

Balance General	2000	1999
Activo circulante	<b>Ps. 3,360,194</b>	Ps. 1,969,917
Propiedad, planta y equipo, neto	<b>7,476,943</b>	7,943,710
Otros activos, neto	<b>2,351,653</b>	2,599,495
Total activo	<b>13,188,790</b>	12,513,122
Pasivo circulante	<b>2,375,394</b>	2,399,900
Pasivo a largo plazo	<b>2,998,409</b>	4,546,331
Otros pasivos	<b>1,329,974</b>	57,330
Total Pasivo	<b>6,703,777</b>	7,003,561
Capital contable	<b>6,485,013</b>	5,509,561
Total pasivo y capital contable	<b>Ps. 13,188,790</b>	Ps. 12,513,122

Estado de Variaciones en las Cuentas del Capital Contable Bajo US GAAP	2000	1999
Capital contable bajo US GAAP al inicio del ejercicio	<b>Ps. 5,509,561</b>	Ps. 5,028,085
Dividendos pagados	<b>(235,929)</b>	(190,831)
Resultado por conversión	<b>(179,872)</b>	(474,021)
Resultado por tenencia de activos no monetarios	<b>(7,232)</b>	79,804
Utilidad neta aproximada bajo US GAAP	<b>1,398,485</b>	1,066,524
Capital contable bajo US GAAP al cierre del ejercicio	<b>Ps. 6,485,013</b>	Ps. 5,509,561

Otros Componentes de la Utilidad Neta Integral	2000	1999
Resultado por conversión	<b>Ps. 1,034,174</b>	Ps. 908,338
Resultado por tenencia de activos no monetarios	<b>(2,938,200)</b>	(2,974,111)
Otros componentes de la utilidad neta integral	<b>Ps. (1,904,026)</b>	Ps. (2,065,773)



## NOTA 22. Conciliación entre PCGA Mexicanos y los US GAAP

### a) Conciliación de la Utilidad Neta:

	2000	1999	1998
Utilidad neta bajo PCGA mexicanos	<b>Ps. 1,292,000</b>	Ps. 1,044,379	Ps. 739,169
Ajustes aproximados para US GAAP:			
Actualización de los estados financieros de ejercicios anteriores (Nota 21 a)	—	19,395	53,563
Gastos promocionales diferidos (Nota 21 b)	—	—	(1,050)
Actualización de maquinaria y equipo de importación (Nota 21 c)	<b>(23,030)</b>	(14,686)	2,312
Capitalización del resultado integral de financiamiento (Nota 21 d)	<b>645</b>	23,259	44,849
Ganancia por posición monetaria resultante de los ajustes para US GAAP	<b>82,046</b>	125,551	173,235
ISR diferido (Nota 21 f)	<b>(4,062)</b>	(101,976)	(375,504)
PTU diferida (Nota 21 f)	<b>51,256</b>	(24,069)	(76,479)
Plan de pensiones (Nota 21 g)	<b>(370)</b>	(5,329)	1,462
<b>Total de ajustes</b>	<b>106,485</b>	22,145	(177,612)
<b>Utilidad Neta aproximada bajo US GAAP</b>	<b>Ps. 1,398,485</b>	Ps. 1,066,524	Ps. 561,557
Promedio ponderado de acciones en circulación (miles)	<b>1,425,000</b>	1,425,000	1,425,000
<b>Utilidad neta aproximada por acción</b>	<b>Ps. 0.98</b>	Ps. 0.75	Ps. 0.39

La posición monetaria de los ajustes a la utilidad neta bajo US GAAP se incluye en cada uno de los conceptos de ajuste, excepto la capitalización del resultado integral de financiamiento y el pasivo del plan de pensiones, que son partidas no monetarias.

### b) Conciliación del Capital Contable:

	2000	1999
Capital contable bajo PCGA mexicanos	<b>Ps. 6,410,273</b>	Ps. 6,276,565
Ajustes aproximados para US GAAP:		
Actualización de estados financieros de ejercicios anteriores (Nota 21 a)	—	179,872
Actualización de maquinaria y equipo de importación (Nota 21 c)	<b>363,588</b>	239,757
Capitalización del resultado integral de financiamiento (Nota 21 d)	<b>58,017</b>	63,516
ISR diferido (Nota 21 f)	<b>(146,527)</b>	(978,514)
PTU diferida (Nota 21 f)	<b>(203,977)</b>	(275,275)
Plan de pensiones (Nota 21 g)	<b>3,639</b>	3,640
<b>Total de ajustes</b>	<b>74,740</b>	(767,004)
<b>Capital contable aproximado bajo US GAAP</b>	<b>Ps. 6,485,013</b>	Ps. 5,509,561

**c) Conciliación de la Utilidad Neta Integral:**

	2000	1999	1998
Utilidad neta integral bajo PCGA mexicanos	<b>Ps. 1,211,432</b>	Ps. 923,603	Ps. 1,171,596
Ajustes aproximados para US GAAP:			
Utilidad (pérdida) neta (Nota 22 a)	<b>106,485</b>	22,145	(177,612)
Resultado por tenencia de activos no monetarios	<b>73,336</b>	198,282	(600,681)
Utilidad neta integral aproximada bajo US GAAP	<b>Ps. 1,391,253</b>	Ps. 1,144,030	Ps. 393,303

**NOTA 23. Impactos Futuros de Nuevos Pronunciamientos Contables**

En diciembre de 1999, el Instituto Mexicano de Contadores Públicos emitió el Boletín C-2, “Instrumentos Financieros”, el cual se convertirá en parte integral de los PCGA mexicanos a partir del año 2001. Este boletín requiere el reconocimiento de todos los instrumentos derivados contratados a valor de mercado en el estado de situación financiera, ya sean activos o pasivos. Los cambios en el valor de mercado deberán ser reconocidos en los resultados, sin importar la naturaleza del instrumento.

En junio de 1998 fue emitido el SFAS No. 133, “Tratamiento contable para instrumentos derivados y actividades de cobertura”, el cual también entrará en vigor en Estados Unidos a partir del año 2001. Este nuevo boletín también requerirá el reconocimiento de todos los instrumentos derivados a valor de mercado en el Estado de Situación Financiera, ya sean activos o pasivos. Los cambios en el valor de mercado de los instrumentos derivados deben ser reconocidos en el resultado del ejercicio, a menos que exista un criterio contable específico. Las pérdidas o ganancias de los instrumentos derivados de cobertura deberán ser registradas en la utilidad integral o en la utilidad del ejercicio, dependiendo de la naturaleza del instrumento.

La Compañía tiene contratados algunos instrumentos financieros y determina el valor de mercado de los mismos, como se describe en la Nota 16. Si la Compañía hubiese tenido que aplicar los lineamientos del C-2 a partir del 2000, hubiera reconocido un pasivo con cargo a resultados por un monto de Ps. 70,557.

A la fecha la Compañía no tiene determinado el impacto total de aplicar el SFAS 133, sin embargo estima que el impacto no es sustancialmente diferente al de aplicar el Boletín C-2. La Compañía continua analizando todos los contratos vigentes para determinar si incluyen algún derivado implícito que se deba de evaluar bajo los lineamientos del SFAS 133.



## **DIRECTORES Y CONSEJEROS**

### **Directores**

CARLOS SALAZAR LOMELÍN  
*Presidente Ejecutivo*  
1 Año como Director

ERNESTO TORRES ARRIAGA  
*Vice Presidente*  
7 Años como Director

HÉCTOR TREVIÑO GUTIÉRREZ  
*Director de Finanzas y Administración*  
7 Años como Director

JOHN SANTA MARÍA OTAZÚA  
*Director de Planeación Estratégica  
y Desarrollo de Negocios*  
5 Años como Director

RAFAEL SUÁREZ OLAGUIBEL  
*Director de Operaciones–Mexico*  
7 Años como Director

ERNESTO SILVA ALMAGUER  
*Director de Operaciones–Buenos Aires*  
4 Años como Director

DOMINGO VACCAREZZA  
*Director Técnico*  
6 Años como Director

EULALIO CERDA  
*Director de Recursos Humanos*  
1 Año como Director

### **Consejeros**

#### **Consejeros Nombrados por los Accionistas Serie A**

EUGENIO GARZA LAGÜERA  
*Presidente Honorario Vitalicio del Consejo  
de Administración, Grupo Financiero  
BBVA Bancomer, S.A. de C.V.  
Presidente del Consejo, FEMSA and Grupo Industrial  
Emprex, S.A. de C.V. ("Emprex")*  
7 Años como Miembro del Consejo

JOSÉ ANTONIO FERNÁNDEZ CARBAJAL  
*Presidente del Consejo, Coca-Cola FEMSA  
Vice-Presidente del Consejo, Fomento Económico  
Mexicano, S.A. de C.V. ("FEMSA")  
Chief Executive Officer, FEMSA*  
7 Años como Miembro del Consejo

ALFONSO GARZA GARZA  
*Director General, Grafo Regia*  
5 Años como Miembro del Consejo

JUAN CARLOS BRANIFF HIERRO  
*Vice-Presidente del Consejo, BBVA Bancomer*  
7 Años como Miembro del Consejo

RICARDO GUAJARDO TOUCHÉ  
*Presidente del Consejo, BBVA Bancomer*  
7 Años como Miembro del Consejo

ALFREDO MARTÍNEZ URDAL  
*Director General, Cervecería Cuauhtémoc  
Moctezuma, S.A. de C.V.*  
7 Años como Miembro del Consejo

FEDERICO REYES GARCÍA  
*Vice-Presidente Ejecutivo, Planeación y Finanzas,*  
7 Años como Miembro del Consejo

EDUARDO PADILLA SILVA  
*Director General, Empresas Estatégicas, FEMSA*  
4 Años como Miembro del Consejo

ARMANDO GARZA SADA  
*Director General, VERSAX, S.A. de C.V.*  
3 Años como Miembro del Consejo

DANIEL SERVITJE MONTULL  
*Director General, Grupo Bimbo,  
S.A. de C.V.*  
3 Años como Miembro del Consejo

CARLOS SALAZAR LOMELÍN  
*Director General, Coca-Cola Femsa S.A. de C.V.*  
1 Año como Miembro del Consejo

#### **Consejeros Nombrados por los Accionistas Serie D**

JAMES CHESNUT  
*Vice-Presidente Ejecutivo de Operaciones  
The Coca-Cola Company*  
7 Años como Miembro del Consejo

CHARLES H. MCTIER  
*Presidente, Woodruff Foundation*  
2 Años como Miembro del Consejo

GILBERTO LOZANO GONZÁLEZ  
*Vice-President Ejecutivo –  
Desarrollo Corporativo, FEMSA*  
5 Años como Miembro del Consejo

TIM HAAS  
*Presidente Grupo América Latina\*  
The Coca-Cola Company*  
5 Años como Miembro del Consejo

\*Jubilado en septiembre 2000.



**Consejeros Nombrados por  
los Accionistas Serie L**

ALEXIS ROVZAR DE LA TORRE  
*Abogado*  
7 Años como Miembro del Consejo

**Secretario**

CARLOS EDUARDO ALDRETE ANCIRA  
*Director Legal, FEMSA*  
7 Años como Miembro del Consejo

**Comisarios**

**Comisario Nombrado por  
los Accionistas Serie A**

JOSÉ MANUEL CANAL HERNANDO  
*Socio, Arthur Andersen*  
7 Años como Comisario

**Comisario Nombrado por  
los Accionistas Serie D**

FAUSTO SANDOVAL AMAYA  
*Socio, Ernst & Young L.L.P.*  
7 Años como Comisario

**Consejeros Suplentes**

**Consejeros Suplentes  
Nombrados por  
los Accionistas Serie A**

FRANCISCO JAVIER FERNÁNDEZ CARBAJAL  
*Presidente, Grupo de Desarrollo Corporativo,  
BBVA Bancomer*  
7 Años como Miembro del Consejo

BÁRBARA GARZA GONDA  
*Presidente de la Fundación Cultural  
BBVA Bancomer*  
2 Años como Miembro del Consejo

MARIANA GARZA DE TREVIÑO  
*Inversionista*  
2 Años como Miembro del Consejo

ALFREDO LIVAS CANTÚ  
*Director General, Proxis Financiera, S.C.*  
7 Años como Miembro del Consejo

HÉCTOR RANGEL DOMENE  
*Presidente, ABN*  
7 Años como Miembro del Consejo

GUILLERMO CHÁVEZ ECKSTEIN  
*Director General AFORE,  
BBVA Bancomer*  
5 Años como Miembro del Consejo

**Consejeros Suplentes  
Nombrados por  
los Accionistas Serie D**

JOSEPH R. GLADDEN, JR.  
*Vice Presidente Ejecutivo y Director Legal,  
The Coca-Cola Company*  
7 Años como Miembro del Consejo

RALPH H. COOPER\*  
*Presidente Grupo Norteamericano  
The Coca-Cola Company*  
7 Años como Miembro del Consejo

GARY FAYARD  
*Director de Finanzas,  
The Coca-Cola Company*  
1 Año como Miembro del Consejo

**Consejero Suplente  
Nombrado por  
los Accionistas Serie L**

FERNANDO PARDO RAMÍREZ  
*Consultor*  
7 Años como Miembro del Consejo

**Secretario Suplente**

DAVID ALBERTO GONZÁLEZ VESSI  
*Director Legal Internacional, FEMSA*  
1 Año como Miembro del Consejo

**Comisarios Suplentes**

**Comisario Suplente  
Nombrado por  
los Accionistas Serie A**

ERNESTO GONZÁLEZ DÁVILA  
*Socio, Arthur Andersen*  
7 Años como Comisario

**Comisario Suplente  
Nombrado por  
los Accionistas Serie D**

HUMBERTO ORTIZ GUTIÉRREZ  
*Socio, Ernst & Young L.L.P.*  
7 Años como Comisario

\*Jubilado de The Coca-Cola Company en enero 2001.



## **INFORMACIÓN DE ACCIONISTAS**

### **Requerimientos de Accionistas y Analistas**

Accionistas y analistas financieros pueden contactarnos para obtener respuestas relacionadas con Coca-Cola FEMSA en:

Departamento de Relaciones con Inversionistas

Lic. Robin Wood

Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V.

Guillermo González Camarena No. 600

Colonia Centro de Ciudad Santa Fe

01210, México, Distrito Federal

México

TEL 5-081-5120

FAX 5-292-3474

página web: [www.cocacola-femsa.com.mx](http://www.cocacola-femsa.com.mx)

### **Información de las Acciones**

Las acciones de Coca-Cola FEMSA son comerciadas en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) bajo las siglas KOFL y en la Bolsa de Valores de Nueva York (NYSE) bajo las siglas KOF.

### **Pago de Dividendos por Acción**

El 28 de Junio de 2000, la Compañía decretó y pagó dividendos por 0.1533 pesos mexicanos por acción.

### **Banco Agente**

Bank of New York

101 Barclay Street 22W

New York, New York 10286

U.S.A.

TEL 212-815-2206

### **Programa de Compra Directa**

Para mayor información visite nuestra página web

### **KOFL**

#### **Bolsa Mexicana de Valores**

#### **Información Trimestral por Acción**

*Pesos mexicanos por acción*

Trimestre Terminado	Alto	2000	
		Bajo	Cierre
<b>Diciembre 31</b>	<b>Ps 21.15</b>	<b>Ps 17.50</b>	<b>Ps 21.15</b>
<b>Septiembre 30</b>	<b>Ps 19.30</b>	<b>Ps 17.18</b>	<b>Ps 18.68</b>
<b>Junio 30</b>	<b>Ps 18.80</b>	<b>Ps 13.78</b>	<b>Ps 18.52</b>
<b>Marzo 31</b>	<b>Ps 19.00</b>	<b>Ps 15.00</b>	<b>Ps 17.30</b>

Trimestre Terminado	Alto	1999	
		Bajo	Cierre
Diciembre 31	Ps 17.00	Ps 12.32	Ps 16.50
Septiembre 30	Ps 18.90	Ps 13.00	Ps 13.08
Junio 30	Ps 20.30	Ps 15.00	Ps 18.10
Marzo 31	Ps 16.90	Ps 11.98	Ps 15.80

### **KOF**

#### **Bolsa de Valores de Nueva York**

#### **Información Trimestral por Acción**

*U.S. Dólares por ADR*

Trimestre Terminado	Alto	2000	
		Bajo	Cierre
<b>Diciembre 31</b>	<b>\$ 22.38</b>	<b>\$ 18.50</b>	<b>\$ 22.38</b>
<b>Septiembre 30</b>	<b>\$ 20.69</b>	<b>\$ 18.00</b>	<b>\$ 20.00</b>
<b>Junio 30</b>	<b>\$ 19.63</b>	<b>\$ 14.19</b>	<b>\$ 18.88</b>
<b>Marzo 31</b>	<b>\$ 21.00</b>	<b>\$ 15.00</b>	<b>\$ 18.56</b>

Trimestre Terminado	Alto	1999	
		Bajo	Cierre
Diciembre 31	\$ 18.06	\$ 12.69	\$ 17.56
Septiembre 30	\$ 19.63	\$ 13.81	\$ 13.81
Junio 30	\$ 21.81	\$ 15.75	\$ 19.38
Marzo 31	\$ 17.25	\$ 11.13	\$ 16.31





Guillermo González Camarena No. 600  
Col. Centro De Ciudad Santa Fe  
Delegación Alvaro Obregón  
México D.F., C.P. 01210

Tel. 525-081-5100

Fax 525-705-5508

[www.cocacola-femsa.com.mx](http://www.cocacola-femsa.com.mx)

