



**Bolsa Mexicana de Valores, S.A. de C.V.**  
**Dirección General de Vigilancia y Desarrollo de Mercado**  
Paseo de la Reforma No. 255 Planta Baja  
Col. Cuauhtémoc  
06500 México D.F.

Reporte Anual que se presenta de acuerdo con las disposiciones de carácter general aplicables a las Emisoras de valores y otros participantes del mercado, correspondientes al ejercicio fiscal terminado el 31 de diciembre del 2003 para

**COCA-COLA FEMSA, S.A. DE C.V.**  
Guillermo González Camarena No. 600  
Centro de la Ciudad Santa Fe  
01210 México, D.F., México

---

El número de acciones en circulación de la Compañía al 31 de diciembre de 2003 era: 844,078,519 acciones ordinarias Serie A, 731,546,678 acciones ordinarias Serie D, y 270,750,000 acciones Serie L de voto limitado.

Únicamente las acciones Serie L de la Compañía están registradas en el Registro Nacional de Valores de la CNBV, y cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores bajo la clave de pizarra "KOF-L". Asimismo, las acciones Serie L de la Compañía cotizan además, en forma de *American Depositary Receipts*, en *The New York Stock Exchange* bajo la clave de cotización "KOF".

Asimismo, la Compañía tiene autorizado un Programa de Certificados Bursátiles hasta por un monto de Ps. 10,000,000,000 (Diez Mil Millones de Pesos 00/100) bajo Autorización CNBV No. DGE-207-4007 del 24 de abril del 2003. Bajo este Programa se han realizado 6 emisiones: (i) Ps. 2,000,000,000 bajo clave de pizarra "KOF-03", (ii) Ps. 1,250,000,000 bajo clave de pizarra "KOF 03-02" y (iii) Ps. 1,000,000, bajo clave de pizarra "KOF 03-3", con fecha 25 de abril del 2003 y con fecha de 18 de julio del 2003 (iv) Ps. 2,750,000,000 bajo clave de pizarra "KOF-04", (v) Ps. 2,500,000,000 bajo clave de pizarra "KOF-05" y (vi) Ps. 500,000,000 bajo clave de pizarra "KOF-06".

---

**“La inscripción en el Registro Nacional de Valores no implica  
certificación sobre la bondad del valor o la solvencia del emisor”**

---

El presente Reporte Anual es una traducción del Informe Anual que bajo la Forma 20-F la Compañía presenta ante las autoridades de valores de los Estados Unidos, y el orden del reporte no corresponde con el orden señalado por las Disposiciones de carácter general aplicables a los emisores de valores y a otros participantes del mercado de valores (la “Circular Única”). En consecuencia, y de acuerdo con el instructivo de preparación del reporte anual contenido en la Circular Única, a continuación se señala una tabla que indica los capítulos en donde se incorporan los requisitos señalados en la Circular Única.

## Índice

Índice del Reporte conforme a Circular Única	Correlación con este Reporte
1) INFORMACIÓN GENERAL	
a) Glosario de Términos y Definiciones	Véase Introducción
b) Resumen Ejecutivo	Véase el Punto 3, Información Clave - Información Financiera Seleccionada.
c) Factores de Riesgo	Véase el Punto 3, Información Clave – Factores de Riesgo
d) Otros Valores	Véase el Punto 9, La Oferta y Listado.
e) Cambios Significativos a los Derechos de Valores Inscritos en el Registro	Véase el Punto 10, Información Adicional – Estatutos –Derechos de Voto; Restricciones de Transferencia
f) Documentos de Carácter Público	Véase el Punto 10, Información Adicional – Documentos a Disposición
2) LA COMPAÑÍA	
a) Historia y Desarrollo de la Emisora	Véase el Punto 4, Información de la Compañía – Historia Corporativa
b) Descripción del Negocio	Véase el Punto 4, Información de la Compañía – Historia Corporativa
i) Actividad Principal	Véase el Punto 4, Información de la Compañía
ii) Canales de Distribución	Véase el Punto 4, Información de la Compañía
iii) Patentes, Licencias, Marcas y otros Contratos	Véase el Punto 4, Información de la Compañía
iv) Principales Clientes	Véase el Punto 4, Información de la Compañía
v) Legislación Aplicable y Situación Tributaria	Véase el Punto 4, Información de la Compañía – Regulación
vi) Recursos Humanos	Véase el Punto 6, Consejeros, Funcionarios y Empleados

vii) Desempeño Ambiental	Véase el Punto 4, Información de la Compañía
viii) Información de Mercado	Véase el Punto 4, Información de la Compañía
ix) Estructura Corporativa	Véase el Punto 4, Información de la Compañía – Principales Subsidiarias
x) Descripción de sus Principales Activos	Véase el Punto 4, Información de la Compañía – Descripción de Propiedad, Planta y Equipo
xi) Procesos Judiciales, Administrativos o Arbitrales	Véase Punto 8, Información Financiera – Procedimientos Legales
xii) Acciones Representativas del Capital Social	Véase Punto 7, Principales Accionistas y Operaciones con Partes Relacionadas
xiii) Dividendos	Véase el Punto 3, Información Clave- Dividendos y Política de Dividendos
<b>3) INFORMACIÓN FINANCIERA</b>	
a) Información Financiera Seleccionada	Véase el Punto 3, Información Clave – Información Financiera Seleccionada.
b) Información Financiera por Línea de Negocio, Zona Geográfica y Ventas de Exportación	Véase el Punto 4, Información de la Compañía
c) Informe de Créditos Relevantes	Véase el Punto 5, Resultados Operativos y Financieros, y Perspectivas – Obligaciones Contractuales
d) Comentarios y Análisis de la Administración sobre los Resultados de Operación y Situación Financiera de la Emisora	Véase el Punto 5, Resultados Operativos y Financieros, y Perspectivas
i) Resultados de la Operación	Véase el Punto 5, Resultados Operativos y Financieros, y Perspectivas
ii) Situación Financiera, Liquidez y Recursos de Capital	Véase el Punto 5, Resultados Operativos y Financieros, y Perspectivas
iii) Control Interno	Véase el Punto 15, Controles y Procedimientos
e) Estimaciones Contables Críticas	Véase el Punto 5, Resultados Operativos y Financieros, y Perspectivas
<b>4) ADMINISTRACIÓN</b>	
a) Auditores Externos	Véase Punto 7, Principales Accionistas y Operaciones con Partes Relacionadas – Auditores Externos

b) Operaciones con Personas Relacionadas y Conflicto de Intereses	Véase Punto 7, Principales Accionistas y Operaciones con Partes relacionadas
c) Administradores y Accionistas	Véase Punto 7, Principales Accionistas y Operaciones con Partes Relacionadas
d) Estatutos Sociales y Otros Convenios	Véase Punto 10, Información adicional – Estatutos, y Contratos Relevantes
5) MERCADO ACCIONARIO	
a) Estructura Accionaria	Véase Punto 7, Principales Accionistas y Operaciones con Partes Relacionadas
b) Comportamiento de la Acción en el Mercado de Valores	Véase Punto 9, La Oferta y Listado – Mercados y Operación en la Bolsa Mexicana de Valores
6) PERSONAS RESPONSABLES	Se acompañan certificaciones de los funcionarios y del auditor externo en los términos señalados en la Circular Única
7) ANEXOS	Se acompañan de acuerdo a las disposiciones de la Circular Única

**TRADUCCIÓN AL ESPAÑOL DEL INFORME ANUAL PRESENTADO ANTE  
LA COMISIÓN DE VALORES DE LOS ESTADOS UNIDOS.**

**COMISIÓN NACIONAL DE VALORES DE  
LOS ESTADOS UNIDOS  
Washington, D.C. 20549**

**INFORME ANUAL**

**REPORTE ANUAL (FORMA 20 F) DE CONFORMIDAD CON LA SECCIÓN 13  
DE LA LEY DE OPERACIONES SOBRE VALORES DE 1934**

**Para el ejercicio fiscal terminado el 31 de diciembre de 2003  
Número de expediente de la Comisión 1-12260**

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

(Nombre exacto del registrante según se especifica en su acta constitutiva)

**No aplicable**

(Traducción del nombre del registrante al inglés)

**Estados Unidos Mexicanos**

(Jurisdicción de constitución u organización)

**Guillermo González Camarena No. 600**

**Centro de Ciudad Santa Fé**

**01210 México, D.F., México**

(Dirección de los directivos principales)

**Valores registrados o a ser registrados de conformidad con la Sección 12(b) de la Ley:**

<u>Título de cada clase</u>	<u>Nombre de la bolsa de valores en la que se encuentran registrados</u>
Acciones de depósito estadounidenses; cada una de ellas representa 10 acciones Serie L, sin valor nominal .....	New York Stock Exchange, Inc.
Acciones Serie L, sin valor nominal .....	New York Stock Exchange, Inc. (no para cotizar, solo para fines de listado)
Pagarés al 8.95% con vencimiento el 1 de noviembre de 2006 .....	New York Stock Exchange, Inc.

**Valores registrados o a ser registrados de conformidad con la Sección 12(g) de la Ley:**

Ninguno

**Valores en relación con los cuales existe una obligación de reporte de conformidad con la Sección 15(d) de la Ley:**

Ninguno

**El número de acciones en circulación de cada clase de capital o acciones ordinarias al 31 de diciembre de 2003 era:**

844,078,519	Acciones Serie A, sin valor nominal
731,545,678	Acciones Serie D, sin valor nominal
270,750,000	Acciones Serie L, sin valor nominal

Indicar mediante una marca de comprobación si el registrante: (1) ha presentado todos los reportes que se requiere que se presenten de conformidad con la Sección 13 ó 15(d) de la Ley de Operaciones sobre Valores de 1934 durante los 12 meses precedentes (o durante el período de tiempo inferior en que se haya requerido que el registrante presente tales reportes) y (2) ha estado sujeto a tales requisitos de presentación durante los pasados 90 días.

Sí

No

Indicar mediante una marca de comprobación qué partida de estado financiero ha decidido seguir el registrante.

Partida 17

Partida 18

---

---

## ÍNDICE

	Página
Introducción.....	1
Punto 1. No Aplicable.....	3
Punto 2. No Aplicable.....	3
Punto 3. Información Clave .....	4
Información Financiera Seleccionada .....	4
Dividendos y Política de Dividendos.....	6
Tipos de Cambio .....	6
Factores de Riesgo .....	8
Punto 4. Información de la Compañía.....	15
La Compañía.....	15
Regulación .....	34
Contratos de Embotellador.....	37
Descripción de Propiedad, Planta y Equipo.....	40
Principales Subsidiarias .....	43
Punto 5. Resultados Operativos y Financieros y Perspectivas.....	44
Punto 6. Consejeros, Funcionarios y Empleados .....	65
Compensación de Consejeros y Funcionarios.....	75
Plan de Incentivo de Acciones.....	76
Tenencia Accionaria .....	76
Prácticas del Consejo de Administración.....	77
Empleados.....	77
Pólizas de Seguros .....	78
Punto 7. Principales Accionistas y Operaciones con Partes Relacionadas.....	79
Principales Accionistas .....	79
Operaciones con Partes Relacionadas.....	83
Punto 8. Información Financiera.....	85
Estados Financieros Consolidados y otra Información financiera .....	85
Procedimientos Legales .....	85
Punto 9. La Oferta y Listado .....	88
Mercado de Valores .....	88
Operación en la Bolsa Mexicana de Valores .....	90
Punto 10. Información Adicional.....	91
Estatutos.....	91

Contratos Relevantes .....	98
Control de Cambios .....	99
Impuestos .....	100
Documentos Disponibles .....	105
Punto 11. Divulgaciones Cuantitativas y Cualitativas sobre el Riesgo del Mercado .....	106
Riesgos Derivados por Tasas de Interés.....	106
Riesgos Derivados por Tipo de Cambio .....	107
Riesgos Derivados del Capital .....	108
Riesgos Derivados por el Precio de los Commodities .....	109
Puntos 12-14. No Aplicables .....	110
Punto 15. Controles y Procedimientos .....	110
Puntos 16A. Experto Financiero del Comité de Auditoría .....	110
Puntos 16B. Código de Ética .....	110
Puntos 16C. Principales Honorarios de Auditoría y Servicios .....	110
Puntos 16D-16E No Aplicables .....	111
Punto 17. No Aplicable .....	112
Punto 18. Estados Financieros .....	112
Punto 19. Anexos .....	112

## INTRODUCCIÓN

### Referencias

A menos que el contexto indique otra cosa, los términos “Coca-Cola FEMSA”, “nuestra compañía”, “KOF”, “nosotros”, “nos” y “nuestra” se utilizan en este Informe Anual para hacer referencia a Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. y nuestras subsidiarias de forma consolidada.

Las referencias en el presente a “dólares estadounidenses”, “U.S.”, “U.S. dólares” o “\$” se hacen hacia la moneda en curso legal de los Estados Unidos de América (“EE.UU”). Las referencias a “pesos mexicanos”, “pesos” o “Ps.” se hacen hacia la moneda de curso legal de México.

El término “refresco” según se utiliza en este Informe Anual se refiere por lo general a bebidas no alcohólicas, incluyendo aquellas bebidas carbonatadas o que contienen sabores naturales o artificiales y endulzantes.

### Conversión de Monedas y Estimados

Este informe anual contiene conversiones a dólares estadounidenses de ciertas cifras en pesos según los tipos de cambio especificados únicamente para comodidad del lector. Estas conversiones no se deben interpretar como declaraciones de que las cifras en pesos representan de hecho tales cifras en dólares estadounidenses o que pudieran ser convertidas según el tipo de cambio indicado. A menos que se indique otra cosa, tales cifras en dólares estadounidenses han sido convertidas de pesos a partir de un tipo de cambio de Ps.11.235 por U.S.\$1.00, el tipo de cambio otorgado por los agentes a nosotros entre el dólar estadounidense y el peso, para el establecimiento de obligaciones en monedas extranjeras al 31 de diciembre de 2003. Al 31 de diciembre de 2003 y al 15 de marzo de 2004, el tipo de cambio de compra al mediodía para pesos según lo publicado por la Reserva Federal del Banco de Nueva York (el “Tipo de Cambio de Compra al Mediodía”) era de Ps.11.242 por U.S.\$ 1.00 y de Ps.10.975 por U.S.\$1.00, respectivamente. Ver “Punto 3. Información Clave – Tipos de Cambio” para información sobre tipos de cambio desde el 1 de enero de 1999.

Los estimados incluidos en este reporte anual, consideramos que dichos estimados, los cuales están basados en información interna, son confiables. Los importes en este reporte anual están redondeados y por esto en algunos casos los totales no son precisamente iguales a la suma de los números presentados.

### Fuentes

Cierta información contenida en este reporte anual ha sido calculada basada en la información estadística preparada por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática de México, el Banco de la Reserva Federal de Nueva York, Banco de México, la Comisión Nacional Bancaria y de Valores de México, comúnmente referida como CNBV, entidades locales de cada país en los que operamos y nuestros estimados.

### Declaraciones a futuro

Este informe anual contiene palabras tales como “creer”, “esperar”, “anticipar” y expresiones similares que identifican declaraciones a futuro. El uso de tales palabras refleja nuestros puntos de vista con respecto a eventos y resultados financieros futuros. Los resultados reales podrían diferir materialmente de los proyectados en tales declaraciones a futuro como resultado de varios factores que pueden ir más allá de nuestro control, incluidos, sin limitación, los efectos sobre nuestra compañía derivados de cambios en nuestra relación con The Coca-Cola Company, cambios en los precios de las materias primas, competencia, acontecimientos significativos en las situaciones económicas o políticas en Latinoamérica, particularmente en México, o cambios en nuestro entorno regulatorio. En consecuencia, advertimos a los lectores que no se basen de forma indebida en tales declaraciones a futuro. En cualquier caso, estas declaraciones deben interpretarse únicamente en el contexto de las fechas correspondientes y nosotros no asumimos ninguna obligación de actualizarlas o revisarlas, ya sea como consecuencia de nueva información, eventos futuros o de otra manera.

## **Presentación de Panamerican Beverages, Inc.**

El 6 de mayo de 2003, adquirimos a Corporación Interamericana de Bebidas, S.A. de C.V., anteriormente conocida como Panamco y a la que hacemos referencia como Panamco. A menos que se indique algo diferente, nuestros estados financieros consolidados incluyen la información de Panamco a partir de mayo de 2003. Como resultado, nuestros estados financieros consolidados por el año terminado el 31 de diciembre de 2003 no son comparables con periodos previos. Estos estados financieros tampoco serán comparables con periodos posteriores ya que la información de Panamco incluida en los estados financieros es solamente de ocho meses de 2003. Con la adquisición de Panamco, adquirimos territorios adicionales en México, los cuales forman parte del segmento de México reportado, así como territorios en Centroamérica, Colombia, Venezuela y Brasil, los cuales son reportados en segmentos separados. No adquirimos ningún territorio adicional en Argentina, por lo que la información de este segmento es totalmente comparable con periodos previos.

**Punto 1. No Aplicable**

**Punto 2. No Aplicable**

### **Punto 3. Información Clave**

#### **Información Financiera Seleccionada**

Este informe anual incluye (bajo el Punto 18) nuestros balances generales consolidados al 31 de diciembre de 2003 y 2002 y los estados de resultados consolidados, variaciones en las cuentas del capital contable y de cambios de la situación financiera por los años terminados al 31 de diciembre de 2003, 2002 y 2001. Nuestros estados financieros consolidados están preparados de acuerdo a los principios de contabilidad generalmente aceptados en México ("PCGA mexicanos"). Los PCGA mexicanos difieren en ciertos aspectos importantes de los principios de los Estados Unidos de América ("U.S. GAAP"). Las notas 25 y 26 de los estados financieros consolidados proporcionan una descripción de las principales diferencias existentes entre los PCGA mexicanos y los U.S. GAAP, en la medida en que se encuentran relacionados con nuestra compañía junto con una conciliación de la utilidad neta y del capital contable y de otra cierta información financiera seleccionada de acuerdo con U.S. GAAP.

De acuerdo con los PCGA mexicanos, en nuestros estados financieros y en la información financiera seleccionada de este reporte anual se incluye:

- Activos no monetarios (incluyendo propiedad, planta y equipo de origen mexicano) y el capital contable se reexpresa conforme a la inflación basada en índice de precios al consumidor; propiedades, plantas y equipo de origen extranjero se actualizan utilizando el tipo de cambio y la inflación del país de origen y es convertido a pesos mexicanos utilizando el tipo de cambio que prevalezca a la fecha de los estados financieros;
- Ganancias y pérdidas en el poder adquisitivo de nuestros pasivos monetarios o activos son reconocidos en el estado de resultados; y
- Todos los estados financieros están expresados en pesos mexicanos constantes al 31 de diciembre de 2003.

Los efectos inflacionarios contabilizados de conformidad con los PCGA mexicanos no han sido revertidos en la conciliación bajo U.S. GAAP de la utilidad neta y el capital contable. Ver nota 25 a los estados financieros consolidados.

Nuestras subsidiarias fuera de México mantienen sus registros contables en moneda local y de acuerdo los principios de contabilidad generalmente aceptados del país en que operan. Para efectos de nuestros estados financieros consolidados, convertimos los registros contables de dicha subsidiaria a PCGA mexicanos, aplicamos los factores de inflación de cada país para reexpresar la información en moneda local con poder adquisitivo al final del periodo o la más cercana a lo que se va a reportar y convertimos las cantidades resultantes a pesos mexicanos usando el tipo de cambio al final del periodo más reciente.

De acuerdo a los PCGA mexicanos, la información financiera de Panamco está incluida en nuestros estados financieros consolidados desde mayo de 2003 y no está incluida por periodos anteriores a esa fecha. Como resultado, nuestros estados financieros consolidados por el año terminado el 31 de diciembre de 2003 no son comparables con periodos anteriores.

La siguiente tabla presenta información financiera seleccionada de nuestra compañía. Esta información debe leerse de forma conjunta con, y está totalmente relacionada a nuestros estados financieros consolidados, incluyendo las notas relativas a los mismos. La información financiera seleccionada incluida en este documento se presenta de forma consolidada, y no es indicativa necesariamente de nuestra situación financiera o resultados de operación al o por cualquier fecha o periodo futuro.

Por el año terminado el 31 de diciembre de,						
	2003 <sup>(1), (2)</sup>	2003 <sup>(1)</sup>	2002	2001	2000	1999
(millones de dólares americanos o millones de pesos mexicanos al al 31 de diciembre de 2003, excepto la información por acción)						
<b>Datos del Estado de Resultados:</b>						
<b>PCGA mexicanos</b>						
Ingresos netos .....	\$ 3,158.6	Ps. 35,486.8	Ps. 18,518.6	Ps. 17,636.5	Ps. 16,979.0	Ps. 15,205.9
Ingresos totales .....	3,180.2	35,729.4	18,667.5	17,771.6	17,052.7	15,253.9
Costo de ventas .....	1,600.4	17,980.3	8,680.8	8,255.8	8,300.8	7,942.5
Utilidad bruta .....	1,579.8	17,749.1	9,986.8	9,515.8	8,751.9	7,311.4
Gastos operativos .....	982.5	11,038.7	5,319.3	5,351.0	5,405.5	4,819.9
Amortización crédito mercantil .....	-	-	40.6	108.3	116.1	125.7
Utilidad de operación .....	597.3	6,710.4	4,626.8	4,056.5	3,230.3	2,365.8
Utilidad neta .....	207.6	2,332.0	2,660.8	2,325.9	1,427.3	1,068.2
Utilidad mayoritaria .....	205.8	2,311.8	2,660.8	2,325.9	1,427.3	1,068.2
Utilidad mayoritaria por acción <sup>(3)</sup> .....	0.12	1.36	1.87	1.63	1.00	0.75
<b>U.S. GAAP</b>						
Ingresos netos .....	\$ 3,158.6	Ps. 35,486.8	Ps. 18,187.7	Ps. 17,273.5	Ps. 16,604.0	Ps. 16,791.0
Ingresos totales .....	3,180.2	35,729.4	18,320.6	19,237.2	19,030.4	17,755.0
Utilidad de operación <sup>(4)</sup> .....	562.8	6,322.8	4,388.1	3,941.0	3,277.6	2,421.2
Utilidad mayoritaria .....	204.6	2,298.4	2,624.4	2,392.1	1,604.7	1,223.8
Utilidad mayoritaria por acción <sup>(3)</sup> .....	0.12	1.35	1.84	1.68	1.13	0.86
<b>Información del Balance:</b>						
<b>PCGA Mexicanos</b>						
Activos totales .....	\$ 5,466.8	Ps. 61,419.8	Ps. 17,086.7	Ps. 15,116.8	Ps. 12,920.4	Ps. 12,040.4
Deuda largo plazo .....	2,315.2	26,011.0	3,296.0	3,066.7	3,365.0	3,584.5
Capital social .....	236.4	2,655.5	2,463.9	2,463.9	2,463.9	2,463.9
Capital social mayoritario .....	2,016.3	22,653.1	9,668.1	8,163.2	6,210.4	5,676.8
Total capital contable .....	2,030.8	22,816.6	9,668.1	8,163.2	6,210.4	5,676.8
<b>U.S. GAAP</b>						
Activos totales .....	\$ 5,473.6	Ps. 61,496.1	Ps. 17,154.1	Ps. 15,764.8	Ps. 15,133.7	Ps. 14,358.4
Deuda largo plazo .....	2,315.2	26,011.0	3,296.0	3,066.7	3,368.6	3,593.4
Capital social .....	236.4	2,655.5	2,463.9	2,463.9	2,463.9	2,463.9
Total capital contable .....	1,962.5	22,048.9	9,294.4	8,208.5	7,441.3	6,322.1
<b>Otra información:</b>						
<b>PCGA Mexicanos</b>						
Depreciación <sup>(5)</sup> .....	\$ 86.1	Ps. 967.5	Ps. 572.2	Ps. 638.3	Ps. 698.0	Ps. 587.8
Inversiones .....	170.0	1,910.4	1,409.7	865.3	966.8	1,817.7
<b>U.S. GAAP</b>						
Depreciación <sup>(5)</sup> .....	\$ 85.9	Ps. 965.6	Ps. 555.9	Ps. 716.1	Ps. 809.2	Ps. 710.8
Inversiones .....	170.0	1,910.4	1,394.3	1,001.7	1,088.6	1,146.7

(1) Incluye la información financiera de los nuevos territorios adquiridos de Panamco el 6 de mayo de 2003.

(2) Se utilizó el tipo de cambio de Ps.11.235 por \$1.00 U.S. para la conversión de las cantidades en U.S. Dólares, únicamente para la conveniencia del lector.

(3) La utilidad por acción por los años terminados del 31 de diciembre de 1999 al 31 de diciembre de 2002, se calculó sobre la base de 1,425 millones de acciones en circulación. Para el año terminado al 31 de diciembre de 2003 se calculó sobre la base de 1,704.3 millones de acciones, el promedio ponderado en circulación durante 2003 considerando el incremento de capital de mayo de 2003 en conexión con la adquisición de Panamco.

(4) Incluimos la participación de los trabajadores en las utilidades como parte de la utilidad de operación para efectos de U.S. GAAP.

(5) Excluye la rotura de botellas y cajas (Ps. 273.6 millones en 2003) y la amortización de otros activos y plan de pensiones y primas de antigüedad (Ps.755.1 millones en 2003). Ver nuestros estados consolidados de cambios en la situación financiera.

## Dividendos y Política de Dividendos

La siguiente tabla indica los montos nominales de dividendos pagados por acción cada año en pesos mexicanos y los montos en dólares estadounidenses por acción pagados a los tenedores de American Depositary Receipts, a los cuales nos referimos como ADSs, en la fecha de pago respectiva.

Fecha de Pago del Dividendo	Año respecto al cual el dividendo fue declarado	Pesos mexicanos por accion (nominal)	U.S. dollars por acción
28 de junio de 2000	1999	0.153	0.015
28 de marzo de 2001	2000	0.212	0.023
9 de mayo de 2002	2001	0.394	0.042
14 de marzo de 2003	2002 <sup>(1)</sup>	0.0	0.0
9 de marzo de 2004 <sup>(2)</sup>	2003 <sup>(3)</sup>	0.282	-

(1) Para el año 2002 no hubo pago de dividendos.

(2) Fecha en que se declaró el pago de dividendos

(3) Debido a que los dividendos de 2003 a la fecha de este reporte anual no habían sido pagados, la cantidad en dólares estadounidenses por acción no ha sido determinada.

El decreto, monto y pago de dividendos están sujetos a la aprobación de los tenedores de nuestras series de acciones A y las acciones D, las cuales votan como una sola clase, generalmente en base a la recomendación del Consejo de Administración y dependerán de nuestros resultados operativos, situación financiera y necesidades de capital, las condiciones generales del negocio y los requisitos de la ley mexicana. Los tenedores de acciones serie L, a los cuales nos referimos como ADSs no tienen derecho de voto para el decreto y pago de dividendos. Históricamente hemos pagado dividendos, aunque decidimos no pagar por el año 2002. En consecuencia, nuestros pagos de dividendos históricos no son necesariamente indicativos de nuestros dividendos futuros.

## Información sobre tipos de cambio

La siguiente tabla establece, para los períodos indicados, el tipo de cambio al final del período, promedio, alto y bajo y de compra al mediodía publicado por la Reserva Federal del Banco de Nueva York, expresadas en pesos por dólar estadounidense. Los tipos de cambio no han sido actualizados en unidades monetarias constantes.

	Tipo de Cambio			
	Alto	Bajo	Promedio <sup>(1)</sup>	Fin de periodo
1999.....	10.60	9.24	9.56	9.48
2000.....	10.09	9.18	9.47	9.62
2001.....	9.97	8.95	9.34	9.16
2002.....	10.43	9.00	9.66	10.43
2003.....	11.41	10.11	10.79	11.24

<sup>(1)</sup> Promedio de tipos de cambio a fin de mes.

	<b>Tipo de Cambio</b>		
	<b>Alto</b>	<b>Bajo</b>	<b>Fin de periodo</b>
2003:			
Septiembre .....	11.04	10.77	11.00
Octubre .....	11.32	10.97	11.06
Noviembre .....	11.40	10.98	11.40
Diciembre .....	11.41	10.17	11.24
2004:			
Enero.....	11.10	10.81	11.01
Febrero .....	11.25	10.91	11.06
Marzo <sup>(1)</sup> .....	11.05	10.92	10.98

<sup>(1)</sup> Para el periodo comprendido del 1 al 15 de marzo de 2004

México tiene un mercado cambiario libre y, desde diciembre de 1994, el gobierno mexicano suspendió la intervención por parte del Banco de México y permitió que el peso flotara libremente contra el dólar estadounidense. Durante 1998, los mercados de divisas experimentaron volatilidad como resultado de las crisis financieras en Asia y Rusia y la agitación financiera en países tales como Brasil y Venezuela. El peso permaneció relativamente estable desde 1999 hasta el otoño de 2001. A finales de 2001 y principios de 2002, el peso se apreció considerablemente respecto al U.S. dólar y mucho más fuerte, frente a otras monedas. Sin embargo, desde el segundo trimestre de 2002 y hasta fines de 2003, el peso se depreció en valor. En el primer trimestre de 2004, el peso se apreció en valor, regresando a niveles similares de principios de 2003. No podemos garantizar que el gobierno mexicano continuará con sus políticas actuales respecto al peso o que el peso no se depreciará significativamente en un futuro.

Pagamos todos los dividendos en pesos mexicanos. Como resultado de ello, los tipos de cambio afectarán las cifras en dólares estadounidenses recibidas por los tenedores de nuestras ADSs, las cuáles representan diez acciones de la serie L, a la conversión por parte del depositario de dividendos en efectivo en relación con las acciones representadas por tales ADSs. Las fluctuaciones en el tipo de cambio entre el peso mexicano y el dólar estadounidense han afectado al equivalente en dólares estadounidenses del precio en pesos de nuestras acciones en la Bolsa Mexicana de Valores y, en consecuencia, también han afectado al precio de mercado de nuestras ADSs.

## FACTORES DE RIESGO

### Riesgos relacionados con nuestra Compañía

#### *Nuestro negocio depende de nuestra relación con The Coca-Cola Company.*

Aproximadamente el 93.2% de nuestro volumen de ventas en el 2003 fue producto de las ventas de bebidas marca registrada *Coca-Cola*. Nosotros producimos, comercializamos y distribuimos bebidas marca registrada *Coca-Cola* a través de contratos de embotellador estándar que cubren todos nuestros territorios actuales. A través de los derechos otorgados por medio de los contratos de embotellador y como uno de los principales accionistas, The Coca-Cola Company tiene la capacidad de ejercer influencia significativa sobre el comportamiento de nuestro negocio. Ver “Punto 4. Información sobre la Compañía – Contratos de Embotellador”. Ver “– The Coca-Cola Company y FEMSA influyen sustancialmente sobre el comportamiento de nuestro negocio”. Bajo nuestros contratos de embotellador, The Coca-Cola Company establece los precios para su concentrado de manera unilateral. Además, junto con The Coca-Cola Company, preparamos un plan de negocios a tres años que se presenta a nuestra junta directiva para su aprobación. The Coca-Cola Company puede solicitar que mostremos pruebas respecto a nuestra capacidad financiera para cumplir con nuestros planes y podría dar por terminados nuestros derechos para producir, comercializar y distribuir bebidas no alcohólicas en los territorios en los que contamos con dicha autorización. The Coca-Cola Company también contribuye de manera importante con nuestro presupuesto de comercialización, aunque no está obligado a contribuir en una cantidad en particular. Asimismo, se nos prohíbe embotellar, producir o distribuir cualquier otra bebida sin la autorización o consentimiento de The Coca-Cola Company. The Coca-Cola Company tiene el derecho exclusivo de importar y exportar bebidas marca registrada *Coca-Cola* hacia y desde nuestros territorios. No nos es posible ceder control sobre los derechos de embotellamiento de cualquiera de nuestros territorios sin el consentimiento de The Coca-Cola Company.

Dependemos de The Coca-Cola Company para la renovación de nuestros contratos de embotellador. Nuestros contratos de embotellador para México vencen en el 2005 y el 2013, y son renovables en ambos casos en periodos de diez años. Nuestros contratos de embotellador para Colombia, Brasil y Argentina, vencen en el 2004 y son renovables en cada caso por cinco años (a excepción de Argentina que se renueva por periodos de diez años). El resto de nuestros territorios se sujetan a contratos de embotellador que vencen después del 2005 con periodos de renovación similares. No existe certeza alguna sobre la decisión de The Coca-Cola Company de la posibilidad de no renovar alguno de estos contratos. Del mismo modo, estos contratos pueden darse por terminados en caso de incumplimiento con los términos. La no renovación o terminación anticipada nos impediría comercializar bebidas marca registrada *Coca-Cola* en el territorio afectado y tendría una repercusión adversa sobre nuestro negocio, condición financiera, prospectos y estado de resultados.

#### *The Coca-Cola Company y FEMSA influyen sustancialmente sobre el comportamiento de nuestro negocio.*

The Coca-Cola Company y Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V., una sociedad inversionista mexicana con intereses en el sector de bebidas y otros negocios relacionados a los que hacemos referencia como FEMSA, ejercen una influencia importante en el comportamiento de nuestro negocio y juntas tienen el control de nuestra compañía. The Coca-Cola Company posee de manera indirecta el 39.6% de nuestras acciones vigentes, lo que representa el 46.4% de nuestro capital con derecho a voto. The Coca-Cola Company está autorizada para designar cuatro de nuestros 18 directores y algunos funcionarios de alto nivel, y a excepción de ciertas circunstancias, tiene el poder de veto sobre decisiones importantes a cargo de nuestra junta directiva. FEMSA posee de manera indirecta el 45.7% de nuestras acciones vigentes, lo que representa el 53.6% de nuestro capital con derecho a voto. FEMSA tiene derecho a designar 11 miembros de nuestra junta directiva y a algunos funcionarios de alto nivel. The Coca-Cola Company y FEMSA de manera conjunta, o FEMSA por sí sola en algunas circunstancias, tienen el poder de determinar el resultado de todas las acciones que requieren aprobación de la junta directiva, y FEMSA y The Coca-Cola Company en su conjunto, a excepción de ciertas situaciones, tienen el poder de determinar el resultado de todas las acciones que se sujeten a aprobación de nuestros accionistas. Ver “Punto 7. Principales Accionistas y Transacciones de las Partes Relacionadas – Accionistas Principales – El Contrato de los Accionistas”. Los intereses de The Coca-Cola Company y FEMSA podrían diferir de los intereses de nuestros accionistas y podrían hacernos emprender acciones que quizá no sean del interés del resto de nuestros accionistas.

***Conducimos transacciones significativas con afiliadas, especialmente con The Coca-Cola Company y FEMSA que crean conflictos de interés potenciales.***

Participamos en transacciones con subsidiarias tanto de FEMSA como de The Coca-Cola Company. Nuestras transacciones con FEMSA incluyen contratos de suministro bajo los cuales adquirimos ciertos insumos y equipo, un contrato de servicios bajo el cual una subsidiaria de FEMSA transporta producto terminado de nuestras instalaciones de producción a instalaciones de distribución en México, así como un contrato de servicios bajo el cual, una subsidiaria de FEMSA ofrece servicios administrativos a nuestra compañía. Asimismo, hemos firmado convenios de comercialización cooperativa con The Coca-Cola Company y FEMSA. Tenemos diferentes acuerdos de embotellador con The Coca-Cola Company y también entramos en un contrato de crédito con The Coca-Cola Company según el cual podemos disponer de hasta U.S.\$250 millones para capital de trabajo y otros propósitos corporativos generales. Ver “Punto 7. Principales Accionistas y Transacciones de las Partes Relacionadas – Transacciones de las Partes Relacionadas” y “Punto 4. Información de la Compañía-Acuerdo con Embotelladores”. Las transacciones con empresas afiliadas podrían crear potenciales conflictos de interés que podrían resultar en términos menos favorables para nosotros de los que podrían obtenerse de un tercero no afiliado.

***Hemos aumentado nuestro apalancamiento recientemente como resultado de la adquisición de Panamco.***

Con relación a la adquisición de Panamco, incurrimos en una deuda de aproximadamente Ps.26,352 millones de deuda (incluyendo la deuda existente de Panamco). Nuestra deuda total al 31 de diciembre del 2003 era de Ps.29,004 millones. Nuestro nivel de deuda total es significativamente mayor comparado con niveles históricos. El aumento en la deuda podría reducir la cantidad de efectivo que de otro modo estaría disponible para invertir en nuestro negocio o cumplir con nuestras obligaciones y podría impedir que en el futuro realizáramos adquisiciones y aprovecháramos otras oportunidades que pudieran presentarse o que obtuviéramos financiamiento adicional o completáramos refinanciamientos en términos favorables a nosotros.

***Es posible que no alcancemos las eficiencias operativas esperadas en los territorios recientemente adquiridos.***

A través de la adquisición de Panamco, adquirimos nuevos territorios en México así como en los siguientes países en los que anteriormente no habíamos realizado operaciones: Guatemala, Nicaragua, Costa Rica y Panamá, Colombia, Venezuela y Brasil. Desde la adquisición, hemos puesto en marcha un plan en los nuevos territorios para integrar nuestras operaciones, para mejorar el aprovechamiento de activos a través de nuestros territorios e implantar las estrategias comerciales que hemos aplicado históricamente en nuestros territorios así como en México y Argentina. Las condiciones que prevalecen en los nuevos territorios son diferentes de las condiciones bajo las cuales hemos operado anteriormente, con patrones de consumo menos favorables que los que se tienen en México, así como condiciones políticas y económicas distintas y que representan un mayor reto. Además, las prácticas de distribución y comercialización en nuestros nuevos territorios difieren de nuestras prácticas históricas. Por ejemplo, muchos de estos territorios tiene un menor nivel de pre-venta como un porcentaje de la distribución total comparado con el que estamos acostumbrados en nuestros territorios, y la mezcla de producto y de presentación varía de territorio a territorio sujeto a las preferencias del cliente. No hay certeza alguna de que estas iniciativas reducirán costos de operación o mantendrán o mejorarán las ventas en un futuro próximo o si lo serán en algún momento, lo cual puede tener efectos adversos sobre nuestro crecimiento de ventas y márgenes de operación.

***La competencia podría tener efectos adversos sobre nuestro negocio.***

La industria de las bebidas en Latinoamérica es altamente competida. Nos enfrentamos a la competencia de otros embotelladores de refrescos como PepsiCo. Inc., referido en este reporte anual como PepsiCo. y productores de bebidas de precio bajo o marcas “B”. También competimos contra bebidas como el agua, jugos de frutas y bebidas deportivas. A pesar de que las condiciones competitivas son diferentes en cada uno de nuestros territorios, competimos principalmente en términos de precio, empaque, promociones de venta para el consumidor, servicio al cliente e incentivos al detallista. No existe certeza alguna de que podremos evitar la disminución de precios como resultado de la presión ejercida por la competencia. La disminución de precios, los cambios realizados como respuesta a los

competidores y los cambios en las preferencias del consumidor tendrían un efecto negativo sobre nuestro estado de resultados.

Nuestro principal competidor en México es The Pepsi Bottling Group, al que nos referimos como PBG. PBG es el embotellador más grande de Pepsi a nivel mundial que compite con las bebidas marca registrada *Coca-Cola*. Del mismo modo, hemos experimentado mayor competencia en México por parte de productores de refrescos de bajo costo en presentaciones tamaño familiar. En Argentina y Brasil, competimos contra la empresa Companhia de Bebidas das Americas, a la que nos referimos como AmBev, el mayor productor de cerveza en Latinoamérica, que vende productos Pepsi, además de su cartera de marcas que incluye marcas locales con sabores como el guaraná y cerveza. En cada uno de nuestros territorios competimos en contra de Pepsi y con otros embotelladores y distribuidores que publicitan bebidas no alcohólicas nacionales o regionales así como bebidas complementarias como agua, jugos y bebidas deportivas. En algunos territorios, también competimos con refrescos de sabores con fuerte presencia local.

***La escasez de agua o la incapacidad de mantener las concesiones existentes podría afectar a nuestro negocio.***

El agua es un componente de gran importancia en la elaboración de bebidas. Obtenemos agua de diferentes fuentes en nuestros territorios, incluyendo manantiales, pozos, ríos y compañías de aguas municipales. En México compramos agua de compañías de aguas municipales y bombeamos agua de nuestros propios pozos de acuerdo con concesiones otorgadas por el gobierno mexicano. Obtenemos la mayor parte del agua utilizada en la producción de bebidas en México de acuerdo con estas concesiones que el gobierno mexicano otorgó con base en estudios de suministro de agua subterránea existente y proyectada. Nuestras actuales concesiones de agua en México podrían darse por terminadas por parte de las autoridades gubernamentales bajo ciertas circunstancias y su renovación depende de la obtención de las autorizaciones necesarias por parte de las autoridades municipales en materia de agua. Ver “Punto 4. Información sobre la Compañía – Reglamentos – Ley de Suministro de Agua”. En nuestros otros territorios, nuestro suministro de agua actual podría no ser suficiente para satisfacer nuestras futuras necesidades de producción y el suministro de agua disponible podría verse afectado por escasez o cambios en los reglamentos gubernamentales.

No es posible asegurar que tendremos agua disponible en la cantidad suficiente para satisfacer nuestras futuras necesidades de producción o que nuestras concesiones y permisos no serán revocados o que el suministro será suficiente para satisfacer nuestras necesidades de agua.

***El aumento en el precio de las materias primas podría aumentar nuestro costo de ventas y tendría un efecto negativo sobre nuestros estados de resultados.***

Nuestra materia prima más importante es el concentrado que adquirimos de las compañías designadas por The Coca-Cola Company, materiales de empaque y edulcorantes. Los precios del concentrado son determinados por The Coca-Cola Company de acuerdo con nuestros contratos de embotellador como un porcentaje del precio de menudeo promedio ponderado, neto de los impuestos aplicables. Los precios de nuestras materias primas restantes se conducen según los precios de mercado y su disponibilidad local así como la imposición de aranceles de importación y restricción a las mismas y la fluctuación en los tipos de cambio. También estamos sujetos a utilizar sólo los proveedores aprobados por The Coca-Cola Company lo que limita el número de proveedores con los que contamos. Nuestros precios de venta se denominan en la divisa local en la que operamos, mientras que los precios de algunos materiales utilizados en el embotellamiento de nuestros productos, principalmente latas de aluminio y botellas de plástico, se pagan en, o determinan su precio con referencia al dólar estadounidense por lo que podrían encarecerse en caso de que el dólar estadounidense sufriera una apreciación frente a la divisa de cualquiera de los países en los que operamos, especialmente contra el peso mexicano. Ver “Punto 4. Información sobre la Compañía – La Compañía – Materias Primas”.

Después del concentrado, el material de empaque y los edulcorantes constituyen la mayor parte de nuestros costos de materia prima. Los precios del azúcar en todos los países en los que operamos distintos a Brasil están sujetos a regulaciones locales y otras barreras que condicionan la entrada al mercado, por lo que pagamos una mayor cantidad comparada con los precios internacionales del mercado por este producto. En México, los precios del azúcar aumentaron aproximadamente un 8% en el 2003 y nuestra capacidad de sustituir por otros edulcorantes está limitada por la reciente imposición de un

impuesto especial al consumo del 20% sobre las bebidas no alcohólicas carbonatadas que utilizan cualquier otro edulcorante distinto al azúcar. En Venezuela hubo una escasez de azúcar durante la segunda mitad del 2003 debido a la incapacidad de los principales importadores de azúcar de acceder a divisas extranjeras por los controles de cambio implantados a principios del 2003.

No podemos asegurar que los precios de nuestra materia prima no aumenten en el futuro. El aumento en el precio de las materias primas incrementaría nuestro costo de ventas y tendría un efecto negativo sobre nuestros estados de resultados.

***Los impuestos sobre las bebidas podrían afectar nuestro negocio.***

Nuestros productos están sujetos al impuesto al consumo y al impuesto al valor agregado en muchos de los países en los que operamos. La imposición de nuevos impuestos o el aumento en los mismos sobre nuestros productos podría afectar negativamente nuestro negocio, prospectos, condiciones financieras y nuestro estado de resultados. México implantó recientemente un impuesto al consumo del 20% sobre bebidas carbonatadas que utilizan un endulzante distinto al azúcar. Algunos países en Centroamérica, Argentina, y Brasil también han gravado nuestros productos. Ver “Punto 4. Información de la Compañía-Regulación-Impuestos a Refrescos”. No podemos asegurar que ninguna de las autoridades gubernamentales en los países donde operamos gravará o aumentará dichos impuestos en el futuro.

***Los desarrollos en materia regulatoria podrían tener un efecto adverso sobre nuestro negocio.***

Estamos sujetos a las leyes aplicables en cada uno de los territorios en los que operamos. Las áreas principales en las que estamos sujetos a la legislación aplicable son medio ambiente, materia laboral, impuestos y ley antimonopolio. La adopción de nuevas leyes o marcos regulatorios en los países en los que operamos podría aumentar nuestros costos de operación o imponer restricciones a nuestras operaciones. En particular, las normas en materia de medio ambiente se volvieron más estrictas recientemente en muchos de los países en los que operamos y estamos en el proceso de dar cumplimiento a estos nuevos estándares.

Históricamente hablando, en muchos de los países en los que operamos se ha impuesto la voluntaria restricción de precios o el control de precios reglamentario. La imposición de estas restricciones podría tener un efecto negativo sobre nuestros estados de resultados y nuestra posición financiera. A pesar de que los embotelladores mexicanos han tenido la libertad de fijar los precios para las bebidas carbonatadas no alcohólicas sin intervención alguna del gobierno desde enero de 1996, dichos precios estuvieron alguna vez sujetos a la voluntaria restricción de precios o el control de precios reglamentario que en efecto limitaron nuestra capacidad de incrementar los precios en el mercado mexicano sin necesidad de obtener autorización del gobierno. Ver “Punto 4. Información sobre la Compañía – Reglamentos – Control de Precios”. No podemos asegurar que las autoridades gubernamentales en cualquiera de los países donde operamos no impondrán la voluntaria restricción de precios o el control de precios reglamentario.

***Riesgos relacionados con las Acciones Serie L y los ADSs***

***Los tenedores de nuestras Acciones Serie L tienen derecho a voto limitado.***

Los tenedores de nuestras Acciones Serie L tienen derecho a voto sólo en ciertas circunstancias. Generalmente eligen tres de los dieciocho directores y sólo pueden votar en asuntos específicos, tales como cambios en nuestra estructura corporativa, ciertas fusiones que involucren a nuestra empresa y la cancelación del registro de nuestras acciones. Ver “Punto 7. Principales Accionistas y transacciones de partes relacionadas – Principales Accionistas” y “Punto 10. Información Adicional – Estatutos – Derecho a voto”. Además no es posible asegurar que los tenedores de nuestras ADSs serán notificados de la celebración de juntas de accionistas por parte de The Bank of New York, depositario de nuestras ADSs con la suficiente antelación para que los tenedores giren instrucciones de voto al depositario de manera oportuna.

***Los tenedores de ADSs no tienen derecho a asistir a juntas de accionistas y quizá sólo pueden ejercer su derecho a voto por medio del depositario.***

Con base en las leyes mexicanas, es necesario que un accionista deposite sus acciones con un custodio mexicano para poder asistir a las juntas de accionistas. Un tenedor de ADSs no cumple con este requisito y de ese modo, no tiene derecho a asistir a las juntas de accionistas. Un tenedor de ADSs tiene derecho a instruir al depositario respecto al voto correspondiente a las acciones representadas por las ADSs de acuerdo con los procedimientos establecidos al respecto en el contrato de depósito, pero un tenedor de ADSs no podrá votar directamente en una junta de accionistas ni podrá designar un apoderado para hacerlo.

***Los tenedores de nuestras ADSs no podrán participar en ninguna oferta futura por derecho de prelación por lo que estarían sujetos a la dilución del capital accionario.***

Nuestras acciones de la Serie L se cotizan en la Bolsa de Valores de Nueva York como ADSs. Bajo las leyes mexicanas, en caso de emitir nuevas acciones por efectivo como parte de un aumento de capital, generalmente estamos obligados a otorgar a nuestros accionistas el derecho de comprar un número suficiente de acciones para que mantengan el mismo porcentaje de derechos de propiedad. El derecho a adquirir acciones en estas circunstancias se conoce como derechos preferentes. La ley no nos permite ofrecer o vender acciones a tenedores de nuestras ADSs en los Estados Unidos por medio de una oferta de derechos preferente o de cualquier otro tipo a menos que (i) presentemos una solicitud de registro ante la United States Securities and Exchange Comisión, a la que nos referimos como SEC por sus siglas en inglés, respecto a dicha futura emisión de acciones o (ii) la oferta califique para obtener una excepción de requerimientos de registro según la Ley de Valores de 1933 de los Estados Unidos. Además la ley mexicana vigente no permite al depositario ni la venta de derechos preferentes ni la distribución de las ganancias derivadas de dichas ventas a los tenedores de ADSs. Ver “Punto 10. Información adicional – Estatutos – Derechos Preferentes”.

En el momento en que haya un aumento de capital, evaluaremos los costos y obligaciones potenciales asociados con la presentación de una solicitud de registro ante la SEC, así como los beneficios que los derechos preferentes podrían tener sobre nuestros tenedores de ADSs en los Estados Unidos de América así como cualquier otro factor que consideremos importante para determinar si presentaremos una solicitud de registro. En caso de no presentar una solicitud de registro ante la SEC, nuestros tenedores de ADSs en los EE.UU. quizá no participen en ninguna oferta de derechos preferentes y su capital accionario se diluiría en esa proporción.

***Podría ser difícil ejercer acciones civiles en nuestra contra o nuestros directores, funcionarios y altos directivos.***

Estamos constituidos según las leyes mexicanas y la mayoría de nuestros directores, funcionarios y altos directivos viven fuera de los EE.UU. Además una parte importante de nuestros activos y los suyos se encuentran en México. Como resultado, sería difícil para los inversionistas entablar procesos judiciales dentro de los EE.UU. o ejecutar sentencias en contra de dichas personas, incluyendo cualquier acción basada en responsabilidades civiles bajo las leyes de valores federales de los EE.UU. Existen dudas respecto a la ejecutabilidad contra dichas personas en México, ya sea en caso de acciones judiciales originales o acciones para ejecutar sentencias de tribunales estadounidenses o responsabilidades únicamente basadas en las leyes de valores federales de los EE.UU.

***La protección otorgada a los accionistas minoritarios en México es distinta de la que gozan en los Estados Unidos de América.***

Bajo la ley mexicana, la protección otorgada a los accionistas minoritarios en México es distinta de la que gozan en EE.UU. En particular la ley referente a obligaciones fiduciarias de los directores no está bien desarrollada, no existe un procedimiento para acciones comunes o acciones derivadas del accionista, y existen distintos requerimientos procesales para entablar demandas de accionistas. Como resultado, en la práctica podría ser más difícil que nuestros accionistas minoritarios ejerzan sus derechos en contra nuestra o nuestros directores o accionistas mayoritarios que lo que sería para accionistas de una compañía estadounidense.

## **Riesgos relacionados con México y los otros países en los que operamos.**

### ***Las condiciones económicas adversas en México podrían afectar nuestras condiciones financieras y nuestros resultados de operación.***

Somos una sociedad mexicana y nuestras operaciones en México son en sí nuestra división geográfica más importante. En el pasado, México ha sufrido tanto prolongados periodos de malas condiciones económicas como el drástico deterioro de las condiciones económicas que han tenido repercusiones negativas en nuestra compañía. No es posible asegurar que dichas condiciones no volverán a tener lugar o que no tendrán un efecto negativo sobre nuestra condición financiera y nuestros resultados.

Nuestro negocio podría verse afectado de manera importante por las condiciones generales de la economía mexicana, el índice inflacionario y las tasas de interés. La disminución del índice de crecimiento de la economía mexicana, los periodos de crecimiento negativo y el aumento de la inflación o de los tipos de interés podría traer como consecuencia una menor demanda de bebidas no alcohólicas, la reducción de precios reales o un cambio hacia productos o presentaciones de menor margen. Ya que un gran porcentaje de nuestros gastos son fijos, es posible que no pudiéramos reducir costos y gastos por lo que nuestros márgenes de utilidad podrían verse afectados. Del mismo modo, un aumento en las tasas de interés en México incrementaría nuestro costo financiero denominado en pesos mexicanos con tasa variable, y tendría un efecto negativo sobre nuestra posición financiera y nuestros resultados.

### ***La depreciación del peso mexicano frente al dólar estadounidense tendría un efecto negativo en nuestra condición financiera y en los resultados de nuestras operaciones.***

La depreciación del peso mexicano con respecto al dólar estadounidense podría aumentar el costo de una parte de nuestra materia prima, pues el precio se fija en dólares estadounidenses así como deuda denominada en dólares estadounidenses, por lo que afectaría de manera negativa nuestros resultados netos. Una fuerte devaluación o depreciación del peso mexicano alteraría los mercados internacionales de cambio de divisas y limitaría nuestra capacidad de transferir o convertir pesos mexicanos a dólares estadounidenses y otras divisas con el objetivo de realizar pagos oportunos de interés y capital en nuestra deuda denominada en dólares estadounidenses. Mientras que el gobierno mexicano no ha restringido el derecho o la capacidad de los mexicanos, extranjeros o empresas de convertir pesos mexicanos a dólares estadounidenses o transferir otras divisas fuera de México, ni actualmente ni en muchos años, el gobierno mexicano podría instaurar políticas restrictivas de control de cambio en el futuro. A medida que haya fluctuaciones en el tipo de cambio muy probablemente afectarán nuestra condición financiera, nuestros resultados y flujos de efectivo en periodos futuros.

### ***Los eventos políticos en México podrían afectar nuestras operaciones.***

Los eventos políticos en México podrían afectar nuestras operaciones de manera significativa. En las elecciones nacionales mexicanas que se realizaron el 2 de julio de 2000 Vicente Fox del *Partido Acción Nacional* (PAN), resultó ganador. A pesar de que su victoria puso fin a más de 70 años de gobierno del *Partido Revolucionario Institucional* (PRI), ninguno de estos dos partidos logró la mayoría en el Congreso mexicano o senado. En las elecciones que se realizaron en 2003, el PAN perdió más escaños en el congreso y en gubernaturas estatales. Los obstáculos legislativos provocados por lo anterior han impedido el progreso de las reformas en México, lo que podría tener efectos negativos en las condiciones económicas de México y nuestros resultados. Durante 2004 habrá elecciones para gobernadores en diez de los 32 estados y para el congreso local en 14 estados.

### ***Los acontecimientos en otros países latinoamericanos en los que operamos nuestro negocio podrían tener efectos negativos para nosotros.***

Además de México, realizamos operaciones en Guatemala, Nicaragua, Costa Rica y Panamá, Colombia, Venezuela, Brasil y Argentina. Estos países nos exponen a riesgos distintos o incluso mayores de los que corremos en México. Para muchos de estos países, los resultados en los últimos años se han visto afectados por el deterioro de las condiciones macroeconómicas y la situación política. En Venezuela y Argentina, la inestabilidad económica y política, incluyendo una economía contraída, una dramática devaluación, altos niveles de desempleo, la introducción del control de cambio y los conflictos sociales han provocado un aumento en los costos de producción y la disminución de las ventas netas. En Colombia la inestabilidad política nos ha provocado interrupciones en la producción y la distribución.

Nuestros resultados futuros podrían verse afectados de manera importante por las condiciones económicas y financieras en general de los países en los que operamos, como consecuencia de la devaluación de la moneda local, la inflación, los tipos de interés o eventos políticos y cambios en la legislación. La devaluación de la moneda local frente al dólar estadounidense podría aumentar los costos de operación en ese país y una depreciación frente al peso mexicano afectaría negativamente los resultados de dicho país tal y como se muestra en nuestros estados financieros de acuerdo con los PCGA mexicanos. Del mismo modo, algunos de estos países podría imponer control sobre el cambio de divisas y alteraría nuestra capacidad de compra de materia prima en divisas extranjeras así como la capacidad de las subsidiarias en esos países para remitir dividendos al extranjero o hacer pagos en divisas distintas a la moneda de curso legal local, tal y como sucede ahora en Venezuela por las leyes impuestas en enero de 2003. Como resultado de estos riesgos potenciales, podríamos experimentar la disminución en la demanda, la reducción de precios reales o aumento en costos lo que traería consecuencias negativas sobre nuestros resultados.

## Punto 4. Información de la Compañía

### LA COMPAÑIA

#### Estrategia de negocios

Somos el embotellador más grande de bebidas marca registrada *Coca-Cola* en Latinoamérica, representando aproximadamente el 40% del volumen de ventas en Latinoamérica y el segundo más grande a nivel mundial, en función al volumen de ventas de 2003. Operamos en los siguientes territorios:

- México – una parte sustancial del centro de México (incluyendo la Ciudad de México) y el sureste de México (incluyendo la región del Golfo).
- Centroamérica – la Ciudad de Guatemala y los alrededores, Nicaragua (todo el país), Costa Rica (todo el país) y Panamá (todo el país).
- Colombia – la mayor parte del país.
- Venezuela – todo el país.
- Brasil – el área de São Paulo, Campinas, Santos, el estado de Mato Grosso do Sul y parte del estado de Goias.
- Argentina – Buenos Aires capital federal y los alrededores.

Estamos constituidos como una *sociedad anónima de capital variable* a partir del 30 de octubre de 1991, organizada bajo las leyes mexicanas y con una duración de 99 años. Nuestra principal sede corporativa está ubicada en Guillermo González Camarena No. 600, Col. Centro de Ciudad Santa Fé, Delegación Álvaro Obregón, México, D.F., 01210, México. Nuestro número telefónico en estas oficinas es (52-55) 5081-5100. Nuestra página en internet es [www.cocacola-femsa.com.mx](http://www.cocacola-femsa.com.mx).

La siguiente tabla muestra información acerca de nuestras operaciones por segmento para 2003:

#### Operaciones por segmento Por el año terminado el 31 de diciembre de 2003<sup>(1), (2)</sup>,

	Mexico		Centro América		Colombia		Venezuela		Brasil		Argentina	
	Pesos	%	Pesos	%	Pesos	%	Pesos	%	Pesos	%	Pesos	%
Ingresos totales ...	23,935.2	66.7%	2,186.5	6.1%	2,319.1	6.5%	2,544.5	7.1%	2,796.9	7.8%	2,076.9	5.8%
Utilidad de operación.....	5,633.6	84.0%	218.4	3.2%	261.1	3.9%	231.5	3.5%	149.8	2.2%	215.6	3.2%

(1) La suma de la información financiera por cada uno de nuestros segmentos y porcentajes presentados difiere de nuestra información financiera consolidada debido a transacciones intercompañías, las cuales son eliminadas en la consolidación, y ciertos activos no operativos y actividades de Coca-Cola FEMSA, incluyendo servicios corporativos.

(2) Expresados en millones de pesos mexicanos.

#### Historia Corporativa.

En 1979, una subsidiaria de FEMSA adquirió una parte de las subsidiarias embotelladoras de refrescos que actualmente forman parte de nuestra compañía. En tal momento, las subsidiarias adquiridas tenían 13 centros de distribución que operaban 701 rutas de distribución y la capacidad de producción de las subsidiarias adquiridas era de 83 millones de cajas físicas. En 1991, FEMSA transfirió las acciones de sus subsidiarias a FEMSA Refrescos, S.A. de C.V., la compañía predecesora de nuestra compañía.

FEMSA es una empresa de bebidas con una participación significativa en México y otros países Latinoamericanos. Es dueña del 45.7% del capital social de Coca-Cola FEMSA, 70% de FEMSA Cerveza

S.A. de C.V., un jugador importante en el mercado de cerveza en México además de ser un importante exportador a mercados internacionales clave incluyendo Estados Unidos de América, 100% de FEMSA Comercio, S.A. de C.V., una cadena de tiendas de conveniencia en México y 100% de FEMSA Empaques, S.A. de C.V., referida en este reporte anual como FEMSA Empaques, una productora y distribuidora de material de empaque relacionado con las bebidas. En 2003, representamos 47%, 55% y 50% de los ingresos totales, utilidad operativa y utilidad neta de FEMSA, respectivamente.

De forma consistente con nuestros objetivos de optimizar la rentabilidad y crecimiento a largo plazo y mejorar nuestra posición competitiva, en junio de 1993 una subsidiaria de The Coca-Cola Company suscribió 30% de nuestro capital social en acciones de la Serie D por U.S.\$195 millones. En Septiembre de 1993, FEMSA vendió Acciones Serie L al público las cuáles representaron el 19% de nuestro capital social, y listamos estas acciones en la Bolsa Mexicana de Valores y en forma de ADSs en el mercado de valores de Nueva York (New York Stock Exchange). Después de llevar a cabo estas transacciones, FEMSA se quedó con el 51% del capital social de nuestra compañía.

En una serie de transacciones entre 1994 y 1997, adquirimos el territorio de la capital federal Buenos Aires, adquiriendo el 100% de Coca-Cola FEMSA de Buenos Aires, S.A. de C.V. de una subsidiaria de The Coca-Cola Company. Expandimos nuestras operaciones argentinas en febrero de 1996 cuando adquirimos los ex-territorios de San Isidro Refrescos, S.A., referida en este reporte anual como SIRSA incluyendo ciertas propiedades de Refrescos del Norte S.A. Mediante estas transacciones expandimos nuestras operaciones en Argentina para incluir las áreas de San Isidro y Pilar.

Expandimos nuestras operaciones mexicanas en noviembre de 1997 comprando el 100% del capital social de Embotelladora de Soconusco, S.A. de C.V., una embotelladora en la zona de Tapachula en el estado de Chiapas en la región sur de México. Con esta adquisición, servimos todo el estado de Chiapas.

En mayo de 2003, expandimos nuestras operaciones a través de Latinoamérica con la adquisición del 100% de Panamco, en ese entonces el embotellador de refrescos más grande de Latinoamérica, en cuanto a volumen de ventas de 2002. Con la adquisición de Panamco, empezamos a producir y distribuir productos de la marca *Coca-Cola* en territorios adicionales en el centro de México y la región del Golfo de México, y en Centroamérica (Guatemala, Nicaragua, Costa Rica y Panamá), Colombia, Venezuela y Brasil, además de agua embotellada, cerveza y otras bebidas en algunos de estos territorios. El costo total de la transacción fue aproximadamente de Ps.38,603 millones, excluyendo gastos de la transacción, y la transacción fue financiada de la siguiente forma: Ps.17,267 millones de deuda nueva (incluyendo aproximadamente Ps.5,245 millones utilizados para refinanciar la deuda existente de Panamco); Ps.2,779 millones de capital aportado por FEMSA; la emisión de acciones serie D a las subsidiarias de The Coca-Cola Company a manera de intercambio por su contribución en capital de Panamco por Ps.7,041 millones; Ps.2,820 millones en efectivo; y Ps.9,085 millones de deuda neta asumida.

Después de la adquisición de Panamco, FEMSA es dueña indirecta del 45.7% del capital accionario, representando 53.6% de nuestro capital accionario con derecho a voto, y The Coca-Cola Company es dueña del 39.6% del capital accionario, representando el 46.4% del capital accionario con derecho a voto. El restante 14.7% del capital accionario cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores y en forma de ADSs en el New York Stock Exchange.

### **Estrategia de Negocios**

Somos el embotellador más grande de bebidas marca registrada *Coca-Cola* en Latinoamérica en términos del volumen de ventas en 2003, con operaciones en México, Guatemala, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Colombia, Venezuela, Brasil y Argentina. Nuestras oficinas corporativas se encuentran en la Ciudad de México pero hemos establecido oficinas divisionales en tres regiones tal y como se muestra a continuación:

- México con oficinas divisionales en la Ciudad de México.
- Latincentro (cubriendo Guatemala, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Colombia y Venezuela) con oficinas divisionales en San José, Costa Rica; y

- Mercosur (cubriendo los territorios de Brasil y Argentina) con oficinas divisionales en São Paulo, Brasil.

Buscamos brindar a nuestros accionistas un atractivo rendimiento en su inversión incrementando nuestra rentabilidad. Los factores clave para alcanzar dicha rentabilidad consisten en aumentar nuestros ingresos por medio de la implantación de un producto bien planificado, estrategias de empaque y precios por medio del canal de distribución e implantando buenas prácticas para mejorar la eficiencia operativa en toda nuestra compañía. Para lograrlo, nos esforzamos continuamente en:

- trabajando con The Coca-Cola Company para continuar explorando nuevas líneas de bebidas que amplían las marcas actuales y nos permiten participar en nuevos segmentos del mercado de las bebidas;
- implementando estrategias de empaque diseñados para aumentar la demanda del consumidor por nuestros productos y construyendo una sólida base retornable en nuevos territorios;
- replicando nuestras buenas prácticas que han resultado exitosas a través de toda la cadena de valores dentro de territorios de reciente adquisición;
- racionalizando y adaptando nuestra estructura organizacional y de activos para colocarnos en una mejor posición y así responder ante un entorno competitivo en constante cambio;
- fortaleciendo nuestras capacidades de venta para acercarnos a nuestros clientes ayudándoles a satisfacer las necesidades de bebidas de los consumidores;
- integrando nuestras operaciones a través de sistemas avanzados de tecnología de la información;
- evaluando nuestra estrategia de agua embotellada en relación con The Coca-Cola Company, para maximizar su rendimiento a través del mercado en nuestros territorios; y
- comprometiéndonos a construir el mejor equipo de colaboración a todos los niveles.

Buscamos aumentar el consumo per cápita de bebidas en los territorios que operamos. Para tal fin, nuestros equipos de mercadotecnia constantemente desarrollan estrategias de venta adaptadas a las diferentes características de nuestros diversos territorios y canales. Continuamos desarrollando nuestra cartera de productos para satisfacer mejor la demanda del mercado y mantener nuestro rendimiento en general. Para estimular y responder la demanda del consumidor, continuamos introduciendo nuevos productos y nuevas presentaciones. Ver “- La Compañía – Mezcla de Producto y Empaque.” También buscamos aumentar la colocación de equipos de refrigeración, incluyendo anuncios promocionales. Por medio de la colocación estratégica de dicho equipo en tiendas al menudeo buscamos exhibir y promover nuestros productos. Además y debido a que consideramos nuestra relación con The Coca-Cola Company como parte integral de nuestra estrategia de negocios, utilizamos sistemas y estrategias de información de mercado desarrolladas con The Coca-Cola Company para mejorar nuestra coordinación con los esfuerzos de mercadotecnia a nivel mundial de The Coca-Cola Company. Ver “- Mercadotecnia – Mercadotecnia de canales”.

Buscamos racionalizar nuestra capacidad de distribución para mejorar la eficiencia de nuestras operaciones. En 2003, como parte del proceso de integración por la adquisición de Panamco, cerramos varios centros de fabricación subutilizados y cambiamos actividades de distribución hacia otras instalaciones ya existentes. Ver “- Descripción de la Propiedad, Planta y Equipo”. En cada una de nuestras instalaciones, buscamos el aumento de la productividad por medio de la reingeniería de infraestructura y procesos para la mejor utilización de los activos. Nuestro programa de gastos de capital incluye inversiones en instalaciones de producción y distribución, botellas, cajas, refrigeradores y

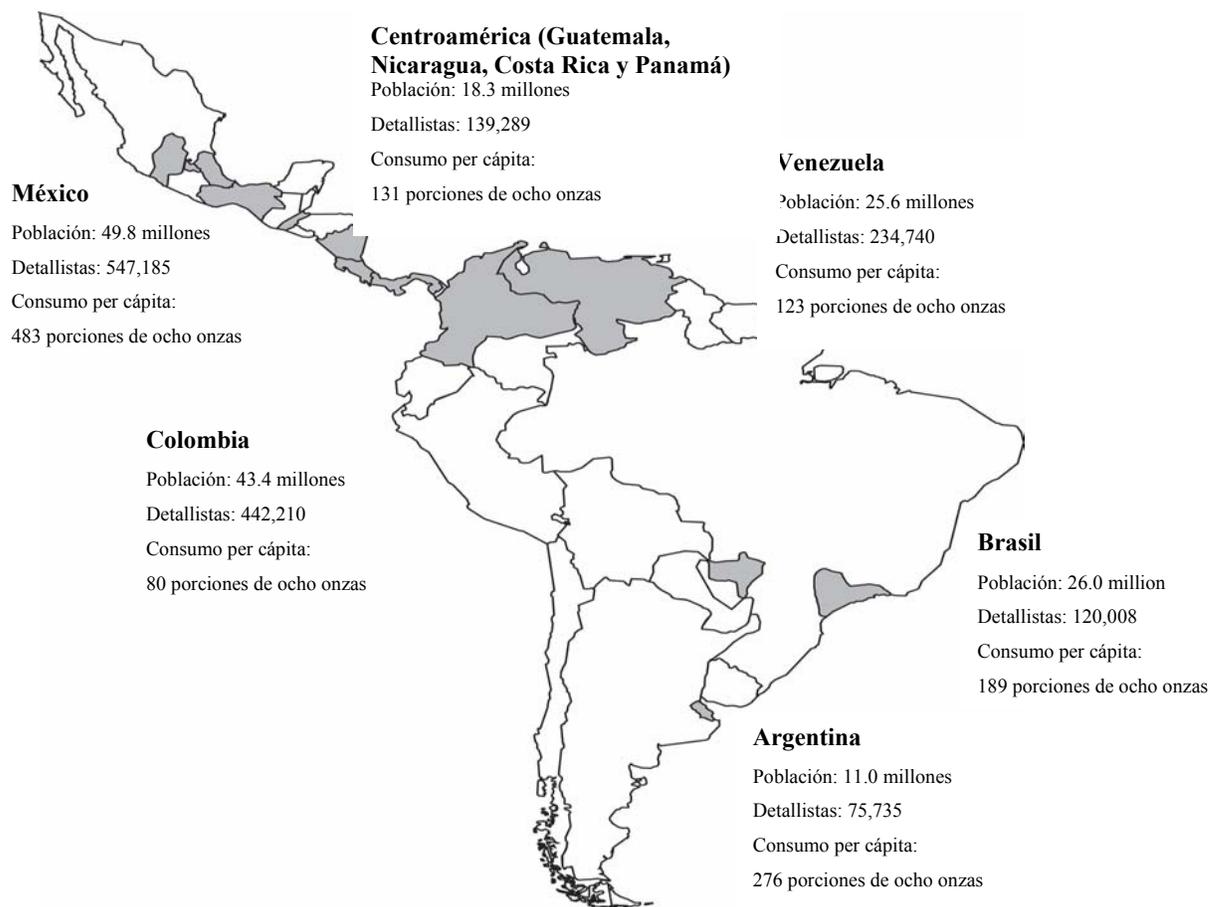
sistemas de información. Creemos que este programa nos permitirá mantener nuestra capacidad y flexibilidad para innovar y responder a la demanda del consumidor de bebidas no alcohólicas.

Continuamos con el proceso de integración en nuestros nuevos territorios mexicanos, realizando sinergias en operaciones de respaldo, fabricación y abasto y hemos implementado la consolidación e integración de instalaciones así como reducciones de personal. Cerramos las oficinas de Panamco en las ciudades de Miami y México, consolidando las operaciones de casa matriz en nuestra oficina original en la Ciudad de México. En nuestros otros nuevos territorios hemos replicado algunas de nuestras prácticas de administración tradicionales y sistemas y hemos introducido varios paquetes a lo largo de nuestros nuevos territorios, fortaleciendo las marcas *Coca-Cola* y ofreciendo nuevas opciones a los consumidores. Hemos implantado nuevas estrategias de arquitectura de precios, diferenciando las presentaciones retornables de las no retornables para lograr una combinación de precio y conveniencia.

Finalmente, nos enfocamos en la administración de la calidad como elemento fundamental para nuestras estrategias de crecimiento y nos mantenemos comprometidos con el impulso al desarrollo de la gestión de calidad a todos los niveles. Tanto FEMSA como The Coca-Cola Company comparten con nosotros experiencia gerencial. Para mejorar estas habilidades, ofrecemos programas de capacitación gerencial, programas diseñados al fortalecimiento de las habilidades de nuestros ejecutivos y programas de intercambio, donde un cada vez mayor grupo de ejecutivos multinacionales comparten experiencias, conocimiento y talento con nuestros territorios tanto nuevos como ya existentes.

### Nuestros mercados

El siguiente mapa muestra la ubicación de nuestros territorios, indicando en cada caso la población a quien ofrecemos nuestros productos, el número de detallistas de nuestros productos y el consumo per cápita de nuestros refrescos:



La información sobre el consumo percapita por territorio se determina dividiendo el volumen de ventas por territorio (en botellas, garrafones, latas, polvos y contenedores fountain) entre el número aproximado de población dentro de dicho territorio y se expresa con base en el número de porciones de ocho onzas consumidas per cápita anualmente. Al evaluar el desarrollo de ventas locales en nuestros territorios, The Coca-Cola Company y nosotros tomamos en consideración, entre otros factores, el consumo per cápita de nuestras bebidas carbonatadas.

### Nuestros Productos

Producimos, comercializamos y distribuimos las siguientes bebidas marca registrada *Coca-Cola*, nuestras propias marcas y marcas licenciadas por terceros al 15 de marzo de 2004:

<i>Colas:</i>	Centro					
	<u>México</u>	<u>América</u>	<u>Colombia</u>	<u>Venezuela</u>	<u>Brasil</u>	<u>Argentina</u>
<i>Coca-Cola</i>	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<i>Coca-Cola light</i>	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<i>Coca-Cola light con limón</i>					✓	
<i>Coca-Cola vainilla</i>	✓		✓	✓		

<i>Refrescos de Sabores:</i>	Centro					
	<u>México</u>	<u>América</u>	<u>Colombia</u>	<u>Venezuela</u>	<u>Brasil</u>	<u>Argentina</u>
<i>Beat</i>	✓					
<i>Canada Dry ginger ale</i>		✓				
<i>Chinotto</i>				✓		
<i>Chinotto light</i>				✓		
<i>Crush</i>						✓
<i>Delaware Punch</i>	✓					
<i>Fanta</i>	✓	✓	✓		✓	✓
<i>Fanta light</i>					✓	✓
<i>Fanta multi-flavors</i>	✓	✓			✓	
<i>Fresca</i>	✓	✓				
<i>Fresca pink grapefruit</i>	✓					
<i>Frescolita</i>				✓		
<i>Grapette</i>				✓		
<i>Hit</i>				✓		
<i>Kist<sup>(1)</sup></i>		✓				
<i>Kola Román<sup>(2)</sup></i>			✓			
<i>Kuat</i>					✓	
<i>Kuat laranja</i>					✓	
<i>Kuat light</i>					✓	
<i>Lift</i>	✓	✓	✓			
<i>Lift green apple</i>	✓	✓				
<i>Mundet multi-flavors<sup>(3)</sup></i>	✓					
<i>Premio<sup>(1)</sup></i>			✓			
<i>Prisco<sup>(3)</sup></i>	✓					
<i>Quatro</i>	✓		✓	✓		✓
<i>Schweppes</i>					✓	✓
<i>Senzaio</i>	✓					
<i>Sidral Mundet<sup>(3)</sup></i>	✓					
<i>Sidral Mundet light<sup>(3)</sup></i>	✓					
<i>Simba</i>					✓	
<i>Sintonia</i>					✓	
<i>Sprite</i>	✓	✓	✓		✓	✓
<i>Sprite light / Sprite Cero</i>	✓				✓	✓
<i>Tai</i>					✓	✓

<b>Agua:</b>	<b>México</b>	<b>Centro América</b>	<b>Colombia</b>	<b>Venezuela</b>	<b>Brasil</b>	<b>Argentina</b>
<i>Alpina</i> <sup>(1)</sup>		✓				
<i>Ciel</i>	✓					
<i>Ciel Mineralizada</i>	✓					
<i>Club K</i> <sup>(1)</sup>			✓			
<i>Crystal</i> <sup>(1)</sup>					✓	
<i>Dasani</i>		✓				
<i>Kin</i>						✓
<i>Manantial</i> <sup>(1)</sup>			✓			
<i>Nevada</i>				✓		
<i>Pure Mountain</i> <sup>(1)</sup>		✓				
<i>Santa Clara</i> <sup>(1)</sup>			✓			
<i>Shangri-la</i> <sup>(1)</sup>		✓				
<i>Soda Clausen</i> <sup>(1)</sup>			✓			
<i>Soda Kin</i>						✓

<b>Otras categorías:</b> <sup>(4)</sup>	<b>México</b>	<b>Centro América</b>	<b>Colombia</b>	<b>Venezuela</b>	<b>Brasil</b>	<b>Argentina</b>
<i>Black Fire</i>						✓
<i>Burn</i>					✓	
<i>Flash Power</i>					✓	
<i>Fruitopia</i>		✓				
<i>Hi-C</i>		✓				✓
<i>Juizz</i> <sup>(1)</sup>		✓				
<i>Kapo</i>		✓				
<i>Keloco</i> <sup>(1)</sup>	✓					
<i>Kin light</i>	✓					
<i>Malta Regional</i> <sup>(2)</sup>				✓		
<i>Mickey Aventuras</i>	✓					
<i>Nativa</i>						✓
<i>Nestea</i> <sup>(2)</sup>	✓	✓		✓	✓	
<i>Polar</i>		✓				
<i>Powerade</i>	✓	✓	✓	✓		
<i>Schwepes</i>		✓		✓		
<i>Shangri-la</i> <sup>(1)</sup>		✓				
<i>Sunfil</i>		✓		✓		
<i>Super 12</i> <sup>(1)</sup>		✓				
<i>Super Malta</i> <sup>(2)</sup>		✓				

(1) Marcas propias

(2) Marcas franquiciadas de otras compañías diferentes a The Coca-Cola Company

(3) Marcas franquiciadas por FEMSA.

(4) Incluye jugos, bebidas deportivas, leches saborizadas, malta, polvos, té helado y mezcladores.

## Ventas

Medimos el volumen de venta en cajas unidad. Una caja unidad se refiere a 192 onzas de producto de bebida terminado (24 porciones de 8 onzas) y, cuando se aplica a jarabe fountain, polvos y concentrado, se refiere al volumen de jarabe fountain, polvos y concentrado que se necesita para producir 192 onzas de producto de bebida terminado. La tabla a continuación muestra nuestros volúmenes de venta históricos para cada uno de nuestros territorios. Los volúmenes incluyen los territorios de reciente adquisición a partir de mayo de 2003.

**Volumen de ventas por el año terminado el 31  
de diciembre de,**

	<b>2003</b>	<b>2002</b>	<b>2001</b>
	<b>(millones de cajas unidad)</b>		
México.....	850.1	504.7	477.9
Centroamérica .....	72.9	—	—
Colombia .....	114.1	—	—
Venezuela .....	110.1	—	—
Brasil .....	176.6	—	—
Argentina.....	126.6	115.6	129.9
Volumen Total.....	1,450.5	620.3	607.8

### Mezcla de Producto y Empaque

Nuestra marca individual más importante es *Coca-Cola* y representó el 60.2% del total del volumen de ventas consolidado en 2003. *Fanta*, *Sprite*, *Life* y *Fresca*, nuestras segundas marcas más grandes en orden consecutivo representaron 5.1%, 3.1%, 2.4% y 2.1%, respectivamente del volumen de ventas en 2003. Producimos, comercializamos y distribuimos bebidas marca registrada *Coca-Cola* en cada uno de nuestros territorios en contenedores autorizados por The Coca-Cola Company, que consisten en una variedad de presentaciones retornables y no retornables en botellas de vidrio, latas y botellas de plástico fabricadas con polietileno tereftalato, al que nos referimos como PET. El tamaño de las presentaciones de nuestras bebidas marca registrada *Coca-Cola* van de 6.5 onzas tamaño individual a tamaño familiar de 20 litros. Consideramos como presentaciones familiares a aquellas que son mayores o iguales a 1.0 litro. En general, las presentaciones individuales tienen un precio mayor por caja unidad, comparado con los tamaños familiares. Las presentaciones retornables y no retornables nos permiten ofrecer diferentes combinaciones de conveniencia y precio para implantar estrategias de administración de ingresos y dirigirnos a canales de distribución y segmentos de población específicos en nuestros territorios. Además, vendemos algunos jarabes de bebida marca registrada *Coca-Cola* en contenedores designados para uso de fuente de sodas a los que nos referimos como contenedores fountain. También vendemos productos de agua embotellada en presentaciones en garrafón, que es una presentación mayor a 17 litros y cuyo precio por caja unidad es menor que el de otros de nuestros productos.

Además, las bebidas marca registrada *Coca-Cola* producimos, comercializamos y distribuimos algunas otras bebidas licenciadas de terceros distintos a The Coca-Cola Company en varias presentaciones.

Las características de nuestros territorios son muy diversas. La región central de México tiene una alta densidad de población y tiene competencia de un gran número de marcas de bebidas, así como un ingreso per cápita mayor comparado con el resto de nuestros territorios. Brasil y Argentina tienen una alta densidad de población pero tienen menor consumo per cápita de productos de bebidas no alcohólicas comparado con México. El territorio de Centroamérica y Colombia son áreas grandes y montañosas con baja densidad de población, bajo ingreso per cápita y bajo consumo per cápita de productos de bebidas no alcohólicas. En Venezuela, el ingreso per cápita y el consumo se han visto afectados por la insurrección económica y política de los últimos años. El ingreso per cápita ha disminuido como resultado de las condiciones macroeconómicas en muchos de los países en los que operamos.

A continuación analizamos nuestra mezcla de producto y empaque por segmento. La información sobre el volumen que se presenta corresponde a los años 2002 y 2003 e incluye los territorios de nueva adquisición para todo el 2002 y los primeros cuatro meses de 2003 antes de la adquisición de Panamco. Tal y como se menciona anteriormente, no adquirimos dichos territorios sino hasta el 6 de mayo de 2003. No obstante, creemos que presentar los periodos anteriores en esta sección ofrece una idea más completa sobre las características de nuestros territorios de lo que hubiera sido posible con base sólo en la información de los últimos ocho meses de 2003. No hemos incluido información para periodos anteriores a 2002. Hemos presentado anteriormente y bajo el concepto "Ventas" nuestro volumen de ventas reales por territorio durante los tres ejercicios concluidos el 31 de diciembre de 2001, 2002 y 2003, el cual incluye la información de los nuevos territorios únicamente para ocho meses de 2003.

**México.** Nuestro portafolio de productos consiste en bebidas marca registrada *Coca-Cola* y desde 2001 ha incluido las bebidas de la marca *Mundet*. En 2003 ampliamos nuestra cartera de marcas principal por medio del lanzamiento de extensiones de nuestra línea actual de sabores, *Fresca toronja rosa* y *Lift manzana verde*. También introdujimos *Coca-Cola vainilla* en nuestros territorios mexicanos, fortaleciendo de este modo la categoría de colas. El consumo per cápita de refrescos en México durante 2003 fue de 483 porciones de ocho onzas.

La siguiente tabla muestra el volumen de ventas histórico y la mezcla de nuestros productos en México.

	Año terminado al 31 de diciembre de,	
	2003	2002
<b>Volumen de ventas por producto</b>	<b>(millones de cajas unidad)</b>	
Marcas <i>Coca-Cola</i> .....	985.4	964.6
Otras bebidas .....	16.2	15.9
Total .....	1,001.6	980.5
% Crecimiento .....	2.2%	—
<b>Mezcla de ventas por categoría</b>	<b>(en porcentajes)</b>	
Colas .....	59.8%	60.8%
Sabores.....	18.7	17.2
Total Refrescos .....	78.5	78.0
Agua Embotellada <sup>(1)</sup> .....	20.9	20.7
Otras Categorías.....	0.6	1.3
Total .....	100.0%	100.0%
<b>Mezcla de ventas por presentación</b>	<b>(en porcentajes)</b>	
Retornable.....	27.9%	28.2%
No-retornable.....	54.9	53.6
Fountain .....	1.3	1.3
Garrafón.....	15.9	16.9
Total .....	100.0%	100.0%

(1) Incluye el volumen de ventas de garrafón.

Nuestras presentaciones de bebidas más populares son botellas de plástico retornables de 2.5 litros y 2.0 litros, la botella de plástico no retornable de 600 ml, la botella de plástico no retornable de 2.5 litros y 2.0 litros que en conjunto representaron más del 60% de nuestro volumen total de ventas de bebidas en 2003 en México. Desde 1995, hemos introducido varias presentaciones nuevas en México. Esto incluye botellas de plástico retornables de 2.5 litros y 2.0 litros, botellas de plástico no retornables de 1 litro, botellas de vidrio no retornables de 8 onzas, botellas de plástico no retornables de 0.25 litros y botellas de plástico de 600 ml para reemplazar las presentaciones de plástico y de vidrio no retornable de 500 ml. En 2003 lanzamos nuevas presentaciones retornables y no retornables de 2.5 litros.

Las presentaciones familiares son un componente importante en nuestra mezcla de productos. En 2003, las presentaciones familiares representaron el 67% de nuestras ventas totales de bebidas en México comparado con el 64% de 2002. Esperamos que la demanda por presentaciones familiares continúe aumentando. Creemos que la popularidad de las presentaciones familiares se atribuye principalmente al precio menor por onza de producto que ofrecen presentaciones más grandes.

En el pasado, la tendencia del empaque en la industria de las bebidas en México se ha dirigido hacia presentaciones no retornables. Sin embargo, debido a la introducción de marcas de bajo costo en presentaciones familiares, nos dirigimos de nuevo hacia nuestra estrategia de mezcla de empaques para reforzar nuestras ventas de empaques retornables tamaño familiar y como resultado las presentaciones no retornables quedaron casi sin cambio en 2003 comparadas con 2002. Las presentaciones retornables de plástico y vidrio, ofrecen a los consumidores un producto más económico aunque no tan práctico y creemos que los empaques retornables representan una oportunidad para que atraigamos nuevos clientes y mantengamos la lealtad de los clientes, ya que hace de las bebidas marca registrada *Coca-Cola* un producto más atractivo para consumidores sensibles a los precios. El precio de un empaque retornable de 2.5 litros es aproximadamente 30% menor que el de la misma presentación en empaque no retornable.

Estos productos retornables se venden principalmente a pequeñas tiendas detallistas que representan el mayor canal de distribución en el mercado mexicano y se benefician del bajo precio por onza de producto que ofrecen las botellas retornables, permitiéndoles competir con los grandes supermercados. Creemos que nuestro compromiso continuo hacia la disponibilidad de la botella retornable nos permitirá competir con productos de reciente introducción de bajo precio en el mercado mexicano de las bebidas no alcohólicas.

El volumen total de ventas alcanzó 1,001.6 millones de cajas unidad en 2003, lo que representó un aumento del 2.2% comparado con 2002, incluyendo un crecimiento del 2.9% en el volumen de refrescos durante el mismo periodo. El crecimiento en el volumen se debió principalmente a (i) el sólido desempeño de nuestras nuevas marcas de sabores incluyendo *Fresca Toronja Rosa* y *Lift manzana Verde*, que representaron el 70% del incremento en los volúmenes durante el año, (ii) el aumento en el volumen de ventas de agua *Ciel* en la presentación de 5 litros, y (iii) el crecimiento en el volumen de nuestra marca *Coca-Cola*. Este crecimiento en el volumen de ventas se vio parcialmente compensado por el volumen de agua en garrafón, especialmente en la presentación de 19 litros al continuar implantando nuestras iniciativas de administración de ingresos en nuestros nuevos territorios buscando mejorar la rentabilidad del negocio de agua embotellada en nuestros nuevos territorios y en una menor proporción por el incremento en el tamaño de las presentaciones familiares.

En 2003, la innovación en productos y empaque nos ayudaron a sobrellevar un entorno económico relativamente débil y el aumento en la competencia por marcas de bebidas no alcohólicas de bajo precio en presentaciones de tamaño familiar que han aumentado su presencia así como alternativas de productos en ciertas áreas de nuestros territorios mexicanos. Con la introducción de nuestra presentación retornable tamaño familiar de 2.5 litros y las presentaciones no retornables para la marca *Coca-Cola* y sabores específicos, redujimos la diferencia de precio por onza comparado con marcas de bajo precio durante 2003, fortaleciendo la propuesta de valor para nuestros clientes.

**Centroamérica.** Las ventas de nuestros productos en Centroamérica consisten principalmente en bebidas marca registrada *Coca-Cola*. Durante 2003, lanzamos la marca de agua *Dasani* en uno de nuestros territorios en Centroamérica. El consumo per cápita de refrescos en Centroamérica durante 2003 fue de 131 porciones de ocho onzas.

La siguiente tabla muestra el volumen de ventas y la mezcla histórica para nuestros productos en Centroamérica:

	<b>Año terminado al 31 de diciembre de,</b>	
	<b>2003</b>	<b>2002</b>
<b>Volumen de ventas por producto</b>	<b>(millones de cajas unidad)</b>	
Marcas <i>Coca-Cola</i> .....	99.6	93.3
Otras bebidas .....	7.7	6.8
Total .....	<u>107.3</u>	<u>100.1</u>
% Crecimiento .....	7.2%	—
<b>Mezcla de ventas por categoría</b>	<b>(en porcentajes)</b>	
Colas .....	69.4%	69.6%
Sabores .....	24.7	23.7
Total Refrescos .....	<u>94.1</u>	<u>93.3</u>
Agua Embotellada .....	4.2	4.0
Otras Categorías .....	1.7	2.7
Total .....	<u>100.0%</u>	<u>100.0%</u>
<b>Mezcla de ventas por presentación</b>	<b>(en porcentajes)</b>	
Retornable .....	51.8%	50.9%
No-retornable .....	42.9	43.4
Fountain .....	5.3	5.7
Garrafón .....	—	—
Total .....	<u>100.0%</u>	<u>100.0%</u>

En Centroamérica la mayoría del volumen de ventas se vende a través de pequeños detallistas. En 2003, las presentaciones tamaño familiar representaron el 47.5% del total de ventas de bebidas en Centroamérica. Lanzamos una presentación retornable de 2.0 litros en Centroamérica para la marca *Coca-Cola* y marcas de sabor específicos en 2003 para aprovechar la tendencia hacia las presentaciones familiares.

El volumen total de ventas alcanzó 107.3 millones de cajas unidad en 2003, lo que representó un aumento del 7.2% comparado con los resultados de 2002, incluyendo un crecimiento del 8.1% en el volumen de refrescos durante el mismo periodo. El crecimiento en el volumen se debió principalmente a (i) el sólido desempeño de la categoría cola que aumentó casi 7% durante el año y representó 66% del aumento en el volumen especialmente en nuestros territorios en Guatemala y Nicaragua y (ii) el aumento en el volumen de ventas que alcanzó el segmento de sabores que representó la mayoría de la diferencia restante.

**Colombia.** Nuestro portafolio de productos en Colombia consiste en bebidas marca registrada *Coca-Cola*, algunos productos que se venden bajo marcas registradas propias así como ventas de la marca *Kola Román*, de la cual tenemos licencia de venta por parte de un tercero. El consumo per cápita de refrescos en Colombia durante 2003 fue de 80 porciones de ocho onzas.

La siguiente tabla muestra el volumen de ventas y la mezcla histórica para nuestros productos en Colombia:

	<b>Año terminado al 31 de diciembre de,</b>	
	<b>2003</b>	<b>2002</b>
<b>Volumen de ventas por producto</b>	<b>(millones de cajas unidad)</b>	
Marcas <i>Coca-Cola</i> .....	133.5	139.0
Otras bebidas .....	38.3	46.0
Total .....	171.8	185.0
% Crecimiento .....	(7.1)%	—
<b>Mezcla de ventas por categoría</b>	<b>(en porcentajes)</b>	
Colas .....	62.4%	60.4%
Sabores .....	22.3	21.8
Total Refrescos .....	84.7	82.2
Agua Embotellada <sup>(1)</sup> .....	15.1	17.5
Otras Categorías .....	0.2	0.3
Total .....	100.0%	100.0%
<b>Mezcla de ventas por presentación</b>	<b>(en porcentajes)</b>	
Retornable .....	53.4%	53.8%
No-retornable .....	36.8	35.3
Fountain .....	3.0	3.0
Garrafón .....	6.8	7.9
Total .....	100.0%	100.0%

(1) Incluye el volumen de ventas de garrafón.

El mercado colombiano se caracteriza por un bajo consumo per cápita y niveles relativamente más bajos de presentaciones no retornables. En 2003, las presentaciones tamaño familiar representaron el 45.7% del total de ventas de refrescos en Colombia. Estamos continuamente evaluando la mejor arquitectura de producto, empaque y precio para nuestra cartera de marcas en Colombia.

El volumen total de ventas alcanzó 171.8 millones de cajas unidad en 2003, lo que representó una disminución del 7.1% comparado con 2002, incluyendo una reducción del 4.4% en el volumen de refrescos durante el mismo periodo. La disminución en el volumen obedeció principalmente a la estrategia de reducción de la producción de agua embotellada vendida en empaques menos rentables, que representó casi 50% de la reducción del volumen durante el año y los refrescos fueron el resto.

**Venezuela.** Nuestra cartera de productos en Venezuela consiste principalmente en bebidas marca registrada *Coca-Cola*. El consumo per cápita de refrescos en Venezuela durante 2003 fue de 123 porciones de ocho onzas.

La siguiente tabla muestra el volumen de ventas y la mezcla histórica para nuestros productos en Venezuela.

	<b>Año terminado al 31 de diciembre de,</b>	
	<b>2003</b>	<b>2002</b>
<b>Volumen de ventas por producto</b>	<b>(millones de cajas unidad)</b>	
Marcas <i>Coca-Cola</i> .....	148.6	160.6
Otras bebidas .....	3.0	2.3
Total .....	151.6	162.9
% Crecimiento .....	(6.9)%	—
<b>Mezcla de ventas por categoría</b>	<b>(en porcentajes)</b>	
Colas .....	57.0%	48.2%
Sabores.....	29.2	34.0
Total Refrescos .....	86.2	82.2
Agua Embotellada <sup>(1)</sup> .....	8.2	10.6
Otras Categorías.....	5.6	7.2
Total .....	100.0%	100.0%
<b>Mezcla de ventas por presentación</b>	<b>(en porcentajes)</b>	
Retornable.....	36.4%	39.1%
No-retornable.....	57.6	52.5
Fountain.....	2.7	3.0
Garrafón.....	3.3	5.4
Total .....	100.0%	100.0%

(1) Incluye el volumen de ventas de garrafón.

Durante enero de 2003, la insurrección política en Venezuela debido a la huelga nacional hizo prácticamente imposible que Panamco condujera sus operaciones de manera regular. La falta de inventarios durante el primer trimestre y una grave recesión económica afectaron de manera significativa el desempeño de los volúmenes de venta durante 2003. Reintroducimos la presentación de vidrio retornable de un litro para la marca *Coca-Cola* en 2003, lo que creemos mejoró los volúmenes de venta en ese año.

El volumen total de ventas disminuyó a 151.6 millones de cajas unidad en 2003, incluyendo la reducción de 2.3% en volúmenes de venta de refrescos durante el mismo periodo. Los sabores representaron casi el 60% del total de la reducción en el volumen durante el año, y el agua embotellada representó la mayoría del remanente, debido al cambio en los hábitos de consumo de la población generado por la recesión económica del país.

**Brasil.** Nuestra cartera de productos en Brasil consiste principalmente en bebidas marca registrada *Coca-Cola*. De acuerdo con un contrato con Cervejarias Kaiser, distribuimos marcas de cerveza *Kaiser* que representaron el 18.2% de nuestro volumen de ventas en Brasil en 2003. Durante 2003 ampliamos nuestras líneas de productos, introduciendo *Coca-Cola light limón*, *Kuat Laranja* y *Sintonia*. El consumo per cápita de refrescos en nuestros territorios en Brasil durante 2003 fue de 189 porciones de ocho onzas.

La siguiente tabla muestra el volumen de ventas y la mezcla histórica para nuestros productos en Brasil.

	Año terminado al 31 de diciembre de,	
	2003	2002
<b>Volumen de ventas por producto</b>	<b>(millones de cajas unidad)</b>	
Marcas <i>Coca-Cola</i> .....	206.1	239.5
Otras bebidas .....	59.0	83.1
Total .....	265.1	322.6
% Crecimiento .....	(17.8)%	—
<b>Mezcla de ventas por categoría</b>	<b>(en porcentajes)</b>	
Colas .....	53.4%	47.5%
Sabores.....	23.7	26.7
Total Refrescos .....	77.1	74.2
Agua Embotellada.....	4.1	5.1
Otras Categorías <sup>(1)</sup> .....	18.8	20.7
Total .....	100.0%	100.0%
<b>Mezcla de ventas por presentación</b>	<b>(en porcentajes)</b>	
Retornable.....	11.1%	11.9%
No-retornable.....	85.1	84.1
Fountain.....	3.8	4.0
Garrafón.....	—	—
Total .....	100.0%	100.0%

(1) Incluye cerveza.

Durante 2003 iniciamos una estrategia de diferenciación en el empaque con la intención de diversificar nuestra forma de operación de los empaques no retornables PET de 2 litros y latas, que en conjunto representaron casi 80% de los volúmenes totales en 2002 y principios de 2003. Lanzamos más de seis diferentes empaques durante 2003, incluyendo una nueva botella de vidrio no retornable de 12 onzas y una nueva botella de vidrio retornable de 200 mililitros para ofrecer conveniencia y mejor precio para el segmento *on-premise*. Al vender productos y presentaciones más rentables intentamos fortalecer nuestro portafolio de empaques y marcas y reforzar nuestra arquitectura de precio para aumentar la rentabilidad del negocio.

El volumen total de ventas alcanzó 265.1 millones de cajas unidad en 2003 lo que representó una disminución del 17.8% comparado con los resultados de 2002, incluyendo una reducción del 14.7% en el volumen de bebidas carbonatadas no redituables durante el mismo periodo. La mayoría de la reducción en el volumen durante 2003 se produjo por las presentaciones no retornables de 2 litros, productos de bajo margen como *Simba* y *Tai*, debido a que la compañía intentaba alcanzar una mejor combinación valor precio tendiendo hacia presentaciones más rentables. El volumen de ventas de refrescos representó el 60% de la disminución en 2003, el volumen de las cervezas representó el 30% y el agua embotellada fue el remanente.

**Argentina.** Nuestro portafolio de productos en Argentina consiste principalmente en bebidas marca registrada *Coca-Cola*. El consumo per cápita de refrescos en Argentina durante 2003 fue de 276 porciones de ocho onzas.

La siguiente tabla muestra el volumen de ventas y la mezcla histórica para nuestros productos en Argentina.

	<b>Año terminado al 31 de diciembre de,</b>	
	<b>2003</b>	<b>2002</b>
<b>Volumen de ventas por producto</b>	<b>(millones de cajas unidad)</b>	
Marcas <i>Coca-Cola</i> .....	126.6	115.6
Otras bebidas .....	—	—
Total .....	126.6	115.6
% Crecimiento .....	9.5%	—
<b>Mezcla de ventas por categoría</b>	<b>(en porcentajes)</b>	
Colas .....	71.4%	68.3%
Sabores.....	27.4	30.4
Total Refrescos .....	98.8	98.7
Agua Embotellada.....	0.9	0.8
Otras Categorías.....	0.3	0.5
Total .....	100.0%	100.0%
<b>Mezcla de ventas por presentación</b>	<b>(en porcentajes)</b>	
Retornable.....	24.5%	12.4%
No-retornable.....	71.8	82.9
Fountain.....	3.7	4.7
Garrafón.....	—	—
Total .....	100.0%	100.0%

En 2002 con el objetivo de minimizar el impacto de la deteriorada situación económica en Argentina así como aumentar la conveniencia del precio de nuestros productos, lanzamos nuevas presentaciones retornables tales como una presentación de vidrio retornable de 1.25 litros y la presentación PET retornable de 2 litros, las cuales combinadas con las presentaciones existentes representaron el 25 % de nuestro volumen de ventas en 2003. Durante 2003 también experimentamos un aumento en nuestras marcas premium impulsado por el lanzamiento de *Fanta naranja light* y debido a la lenta recuperación de la economía argentina esperamos que esa tendencia continúe en 2004.

El volumen total de ventas alcanzó 126.6 millones de cajas unidad en 2003, lo que representó una disminución del 9.5% comparado con los resultados de 2002. El aumento en el volumen de ventas se debió principalmente por un cambio de producto de nuestras marcas de protección de valor menos rentable, *Tai* y *Crush*, hacia nuestras principales marcas *Coca-Cola* y *Fanta*, las cuales aumentaron 15.1% y 40.6%, respectivamente y hacia las marcas premium. Por primera vez en 2003 vendimos más volúmenes de marcas premium que de nuestras marcas de protección de valor, impulsado por un aumento del 10.9% de la marca *Coca-Cola Light* y la exitosa introducción de *Fanta Light* durante el año. Las marcas premium representaron 12.2% del volumen total durante 2003.

### **Estacionalidad**

La venta de nuestros productos es estacional ya que nuestros niveles de venta generalmente aumentan durante los meses de verano en cada país y durante la temporada de vacaciones navideñas. En México, Centroamérica, Colombia y Venezuela generalmente alcanzamos nuestros más altos niveles de venta durante los meses de verano entre abril y septiembre así como durante las vacaciones de navidad en diciembre. En Argentina y Brasil, nuestros mayores niveles de ventas tienen lugar durante los meses de verano de octubre a marzo y las vacaciones de navidad en diciembre.

### **Mercadotecnia**

Nuestra compañía, en conjunto con The Coca-Cola Company ha desarrollado una sofisticada estrategia de mercadotecnia para promover la venta y el consumo de nuestros productos. Nos basamos en gran medida en la publicidad, promociones de venta y programas de incentivos al detallista diseñados por

afiliadas locales de The Coca-Cola Company para dirigirnos a las preferencias particulares de nuestros consumidores de bebidas no alcohólicas. A través del uso de tecnología de información avanzada, hemos recopilado información sobre el consumidor que nos permiten ajustar nuestras estrategias de mercadotecnia a los tipos de clientes en cada uno de nuestros territorios y para satisfacer necesidades específicas de los diversos segmentos de mercado en los que participamos. Nos encontramos en el proceso de implantar nuestro sistema de tecnología de la información en nuestros nuevos territorios para estandarizarlo con nuestros territorios originales.

**Programas de incentivos a detallistas.** Los programas de incentivos incluyen el ofrecer refrigeradores comerciales a detallistas para la exhibición y enfriamiento de bebidas y para materiales de exhibición en punto de venta. En especial buscamos aumentar los refrigeradores de distribución entre los detallistas para aumentar la visibilidad y el consumo de nuestros productos y para asegurar que se venden a la temperatura adecuada. Las promociones de venta incluyen el patrocinio de actividades comunitarias, eventos deportivos, culturales y sociales así como promociones de ventas al consumidor como concursos, promociones y regalos.

**Publicidad.** Utilizamos la mayoría de los principales medios de comunicación como medio de publicidad. Dirigimos nuestros esfuerzos publicitarios al aumento del reconocimiento de la marca por parte de los consumidores y para mejorar nuestras relaciones con los clientes. Las afiliadas locales de The Coca-Cola Company diseñan y proponen las campañas publicitarias nacionales con nuestra colaboración a nivel local o regional.

**Mercadotecnia en canales.** Para ofrecer una mercadotecnia más dinámica y especializada de nuestros productos, nuestra estrategia consiste en segmentar nuestro mercado y desarrollar esfuerzos dirigidos a cada segmento o canal de distribución. Nuestros canales principales son pequeños detallistas, consumo “on-premise”, supermercados y distribuidores terceros. La presencia en estos canales implica un análisis integral y detallado de los patrones de compra y las preferencias de varios grupos de consumidores de bebidas no alcohólicas en cada uno de los diferentes tipos de ubicación o canales de distribución. Como respuesta a este análisis, ajustamos nuestras estrategias de producto, precio, empaque y distribución para satisfacer las necesidades particulares y explotar el potencial de cada canal.

Creemos que la implantación de nuestra estrategia de mercadotecnia por canal también nos permite responder a las iniciativas de la competencia con respuestas específicas por canal en lugar de responder con estrategias para el mercado en general. Esta capacidad de respuesta dirigida aísla los efectos de la presión competitiva en un canal específico, por lo que se evitan respuestas en todo el mercado que resultarían de un mayor costo. Nuestros sistemas de información de administración facilitan nuestras actividades de mercadotecnia por canal. Hemos realizado una inversión considerable en la creación de dichos sistemas, incluyendo computadoras portátiles que permiten la recopilación de información sobre el producto, el consumidor y la entrega que se requiere para implantar nuestras estrategias de mercadotecnia por canal de manera efectiva para la mayoría de nuestras rutas de venta en México y Argentina y continuaremos invirtiendo para aumentar la cobertura pre-venta en algunos de nuestros nuevos territorios.

**Presupuesto de mercadotecnia cooperativo.** Nuestro gasto total de mercadotecnia consolidado en 2003 fue de Ps.1,498.4 millones. The Coca-Cola Company participó con el 48% y 41% de nuestro gasto total de mercadotecnia para 2003 y 2002, respectivamente. Ver “—Contratos de embotellador.”

## Distribución del producto

La siguiente tabla presenta el número de nuestros centros de distribución y los detallistas a quienes les vendemos nuestros productos:

### Distribución de Productos Al 31 de diciembre de 2003

	<u>México</u>	<u>Centro América</u>	<u>Colombia</u>	<u>Venezuela</u>	<u>Brasil</u>	<u>Argentina</u>
Centros de distribución.....	113	43	42	38	10	4
Número de detallistas <sup>(1)</sup> .....	547,185	139,289	442,210	234,740	120,008	75,735

(1) Estimado.

Utilizamos principalmente dos métodos de ventas dependiendo de las condiciones geográficas del mercado: el sistema de reparto tradicional o convencional, en el cual la persona a cargo de la entrega realiza ventas inmediatas del inventario disponible en el camión de reparto, y el sistema de pre-venta. El sistema de pre-venta separa las funciones de venta de las de entrega, permitiendo al personal de venta vender los productos antes de la entrega y permitiendo que los camiones se carguen con la mezcla de productos que los detallistas requieren y desean por lo que se aumenta la eficiencia en la distribución. Bajo el sistema de pre-venta, el personal de ventas también ofrece servicios de comercialización durante las visitas al detallista, lo que en nuestra opinión fortalece la presentación de nuestros productos en el punto de venta. La mayor parte de nuestras ventas son en efectivo.

Creemos que el servicio en las visitas a los detallistas y la frecuencia en la entrega son elementos clave en un eficiente sistema de distribución y venta de bebidas. Del mismo modo, hemos continuado la expansión de nuestro sistema de pre-venta a través de nuestras operaciones excepto en áreas en las que creemos que los patrones de consumo no garantizan la pre-venta. Estamos en el proceso de replicar nuestro modelo de negocios en nuestros nuevos territorios.

Nuestros centros de distribución van de grandes instalaciones de almacenamiento y centros de recarga a pequeños centros de depósito. Además de nuestra flotilla de camiones, distribuimos nuestros productos en ciertas locaciones a través de una flotilla de camiones eléctricos y carretillas para cumplir con reglamentos locales tanto ambientales como de tráfico. Generalmente contratamos terceros para el transporte de nuestro producto terminado de las plantas embotelladoras a los centros de distribución.

**México.** Contratamos a una subsidiaria de FEMSA para la transportación de producto terminado de nuestras instalaciones de producción mexicanas a nuestros centros de distribución. Ver “Punto 7. Principales Accionistas y Transacciones con Partes Relacionadas – Transacciones con Partes Relacionadas”. De los centros de distribución se lleva entonces el producto terminado a detallistas por medio de nuestra propia flotilla de camiones. En 2003 implantamos estas prácticas en los territorios mexicanos de reciente adquisición.

En México vendemos la mayoría de nuestras bebidas a pequeños detallistas en donde los clientes se llevan las bebidas a casa o a otro lugar para luego consumirlas. También vendemos productos en el segmento “*on-premise*”, supermercados y otras. On-premise consiste en (i) ventas en puestos sobre las aceras, restaurantes, bares y varios tipos de máquinas dispensadoras y (ii) ventas a través de programas “punto de venta” en salas de concierto, auditorios y teatros por medio de una serie de arreglos con promotores mexicanos.

**Centroamérica.** En Centroamérica distribuimos nuestros productos terminados a detallistas por medio de una combinación de nuestra flota de camiones y distribuidores terceros. En Centroamérica, a excepción de Guatemala, vendemos más de 50% de nuestro volumen por medio del sistema de pre-venta. En Guatemala sólo el 10% de las ventas se realiza en pre-venta, y actualmente tenemos planeado aumentar la cobertura de la pre-venta. En nuestras operaciones en Centroamérica, tal y como sucede en la mayoría de nuestros territorios, una parte importante de nuestras ventas se realiza a través de pequeños detallistas y tenemos baja penetración de supermercados en la región, representando menos del 8% de nuestro volumen de ventas en 2003.

**Colombia.** Aproximadamente la mitad de nuestros volúmenes en Colombia se venden por pre-venta y la mitad por medio del sistema tradicional. Distribuimos nuestros productos terminados a detallistas por medio de una combinación de nuestra flota de camiones y distribuidores terceros. Desde mayo de 2003 consolidamos cinco centros de distribución de los 47 en nuestras operaciones en Colombia, con el objetivo de aumentar los niveles de productividad y el aprovechamiento de los activos.

**Venezuela.** En Venezuela casi el 70% de nuestras ventas en 2003 se realizaron a través del sistema de pre-venta. Distribuimos nuestros productos terminados a detallistas por medio de una combinación de nuestra flota de camiones y distribuidores terceros. Durante 2003 consolidamos las operaciones de 2 de los 40 centros de distribución. Como en otros segmentos, nuestras operaciones venezolanas distribuyen una parte importante del volumen de ventas a través de pequeños detallistas y los supermercados representaron aproximadamente 13% de nuestras ventas en 2003.

**Brasil.** En Brasil cerca del 100% del volumen de ventas directo se realiza por medio del sistema de pre-venta y un tercero se encarga de la entrega de nuestro producto terminado. A finales de 2003 operábamos diez centros de distribución en nuestros territorios brasileños. En comparación con el resto de nuestros territorios que tienen poca penetración en supermercados, en Brasil vendimos más del 25% de nuestro volumen de ventas a través de supermercados. Además, en zonas designadas los mayoristas independientes compran nuestro producto con descuento del precio de mayoreo y revenden los productos a detallistas. Los mayoristas independientes distribuyeron aproximadamente el 16% de nuestros productos en 2003.

**Argentina.** Al 31 de diciembre de 2003, operamos cuatro centros de distribución en Argentina. Distribuimos nuestros productos terminados a detallistas por medio de una combinación de nuestra flota de camiones y distribuidores terceros. Los mayoristas independientes distribuyeron aproximadamente el 5.7% de nuestros productos en 2003.

En Argentina en 2003 vendimos la mayoría de nuestros productos en el segmento “para llevar” que consiste en ventas a los consumidores que se llevan las bebidas a casa o a cualquier otro lugar para consumo. En 2003 el porcentaje de ventas por medio de supermercados disminuyó contra 2002 de 23.4% a 17.9%.

### **Competencia.**

A pesar de que creemos que nuestros productos gozan de un mayor reconocimiento y mayor lealtad del consumidor que nuestros principales competidores, los segmentos de bebidas en los territorios en los que operamos son altamente competitivos. Nuestros competidores principales son embotelladores locales de Pepsi, marcas de bebidas y otros embotelladores y distribuidores de marcas de bebidas nacionales y regionales. Nos enfrentamos al aumento de la competencia en muchos de nuestros territorios, de productores de bebidas de bajo precio a los que comúnmente nos referimos como marcas de precio bajo. Algunos de nuestros competidores en Centroamérica y Brasil ofrecen refrescos y cerveza, lo cual les permite alcanzar eficiencias en la distribución.

Durante 2003, enfrentamos nuevas presiones competitivas distintas a las que históricamente hemos hecho frente, desde que comenzamos operaciones en Centroamérica, Colombia, Venezuela y Brasil. Además, las prácticas de distribución y comercialización en algunos de estos territorios difieren de nuestras prácticas históricas.

Recientemente, las estrategias de descuento en precios y de empaque, se han aunado a promociones de venta para el consumidor, servicio al cliente y los incentivos en especie al detallista, como los principales medios de competencia entre embotelladores de refrescos. Competimos buscando ofrecer una atractiva propuesta de valor a los distintos segmentos en nuestros mercados y construyendo lealtad entre los consumidores con el valor de nuestra marca. Creemos que la introducción de nuevos productos y nuevas presentaciones ha sido una técnica competitiva significativa que nos permite aumentar la demanda por nuestros productos, ofrecer diferentes opciones a los consumidores y aumentar nuestras nuevas oportunidades de consumo. Ver “—Ventas.”

**México.** Nuestros principales competidores en México son embotelladores de productos Pepsi, cuyos territorios coinciden pero no son tan extensos como los nuestros. Estos competidores incluyen a Pepsi Gemex en la región central de México, una subsidiaria de PBG, el mayor embotellador de Pepsi en

el mundo y otros varios embotelladores de Pepsi en la región central y sureste de México. Del mismo modo, competimos con Cadbury Schweppes y con otras marcas nacionales y regionales en nuestras operaciones en México. También enfrentamos un aumento en la competencia por parte de productores de bajo precio que ofrecen presentaciones familiares en la industria de bebidas no alcohólicas.

**Centroamérica.** En los países que incluye nuestra región de Centroamérica, nuestros principales competidores son embotelladores de Pepsi. En Guatemala y Nicaragua competimos con de The Central American Bottler Corporation, en Costa Rica nuestro principal competidor es Embotelladora Centroamericana, S.A. y en Panamá nuestro primer competidor es Refrescos Nacionales, S.A.

**Colombia.** Nuestro principal competidor es Postobón, un embotellador muy bien establecido que vende refrescos de sabores, muchas de las cuales cuentan con una amplia preferencia de consumo como cream soda, la segunda categoría más popular en la industria de las bebidas no alcohólicas, y productos Pepsi. Postobón es un productor integrado de manera vertical, los propietarios manejan importantes intereses comerciales en Colombia.

**Venezuela.** En Venezuela nuestro principal competidor es Pepsi-Cola Venezuela, C.A., un joint venture entre PepsiCo y Empresas Polar, S.A., el principal distribuidor de cerveza en el país. También competimos con los productores de *Kola Real* en una parte del país.

**Brasil.** En Brasil competimos contra AmBev, una empresa brasileña con una cartera de marcas que incluye Pepsi, marcas locales que ofrecen sabores como guaraná y cervezas propias. También competimos con marcas de precio bajo o “Tubainas,” que son productores pequeños locales de refrescos de sabores de bajo costo en presentaciones de tamaño familiar que representan una porción importante del mercado de las bebidas no alcohólicas.

**Argentina.** En Argentina nuestro principal competidor es BAESA un embotellador de Pepsi que es propiedad de la principal cervecera argentina, Quilmes Industrial S.A., y controlada de manera indirecta por AmBev. Además de BAESA, la competencia se ha intensificado en los últimos años con la entrada de un número de competidores que ofrecen bebidas no alcohólicas genéricas de bajo precio así como otros productos genéricos y marcas de supermercado propias.

## **Materia Prima**

De acuerdo con los contratos de embotellador con The Coca-Cola Company, debemos adquirir el concentrado, incluyendo el aspartame, un endulzante artificial utilizado en bebidas de dieta, para todas las bebidas marcas registrada *Coca-Cola* de compañías designadas por The Coca-Cola Company. El precio del concentrado de todas las bebidas de marca registrada *Coca-Cola* es un porcentaje del precio promedio que cobramos a nuestros detallistas, neto de los impuestos aplicables. A pesar de que The Coca-Cola Company tiene el derecho de establecer el precio del concentrado de manera unilateral, en la práctica este porcentaje se fija de acuerdo con negociaciones periódicas con The Coca-Cola Company. Con relación a la adquisición de Panamco, The Coca-Cola Company acordó que los precios del concentrado no se aumentarían hasta mayo de 2004. Ver “Punto 7. Principales accionistas y Transacciones con Partes Relacionadas–Principales Accionistas–El Memorando de The Coca-Cola”. En la mayoría de los casos, las compras del concentrado se han realizado en la moneda local del territorio.

Además de los concentrados, compramos edulcorantes, dióxido de carbono, botellas de vidrio y plástico, latas, tapas y contenedores fountain así como otros materiales de empaque. Nuestros contratos de embotellador establecen que, respecto a bebidas marca registrada *Coca-Cola*, todos los contenedores, tapas, cajas, cartones y otros empaques y etiquetas deben adquirirse sólo de los fabricantes aprobados por The Coca-Cola Company, la que incluye subsidiarias de FEMSA Empaques. Los precios de los materiales de empaque han sido históricamente a precios de mercado determinados en base al dólar estadounidense, aunque el precio en moneda local equivalente en cada país está sujeto a la volatilidad del precio de acuerdo a los cambios en los tipos de cambio. Bajo estos contratos, es posible que utilicemos azúcar cruda o refinada, o alta fructosa de maíz como endulzantes en nuestros productos, aunque hoy en día utilizamos azúcar en todas nuestras operaciones a excepción de las realizadas en Argentina. Los precios del azúcar en todos nuestros territorios, excepto Brasil, están sujetos a regulaciones locales y otras barreras de entrada al mercado, las cuáles ocasionan que paguemos un extra sobre los precios internacionales del mercado de azúcar. Como resultado de cambios en las condiciones locales y regulaciones hemos experimentado volatilidad en los precios del azúcar en estos territorios.

Ninguno de los materiales o insumos que utilizamos tienen restricción de suministro actualmente aunque el suministro de algunos materiales en específico podría verse severamente afectado por huelgas, condiciones climáticas, controles gubernamentales o situaciones de emergencia nacional.

**México.** Adquirimos algunas botellas de vidrio, tapas, cajas de plástico, refrigeradores comerciales, latas y ciertos lubricantes y detergentes para líneas de embotellamiento de subsidiarias de FEMSA Empaques. Compramos nuestras botellas de plástico retornable de Continental PET Technologies de México, S.A. de C.V., una subsidiaria de Continental Can, Inc., que ha sido el proveedor exclusivo de botellas de plástico retornables de The Coca-Cola Company y sus embotelladores en México. Compramos algunas de nuestras botellas de plástico no retornables así como preformas de PET para el soplado de botellas de plástico no retornables de ALPLA Fábrica de Plásticos, S.A. de C.V., a la que nos referimos en este reporte anual como ALPLA, un proveedor autorizado de PET para The Coca-Cola Company.

Compramos algunas presentaciones de lata de Industria Envasadora de Querétaro, S.A. de C.V., conocida como IEQSA, una cooperativa embotelladora de la que poseemos aproximadamente el 33.68%. Tanto nosotros como IEQSA adquirimos una porción de nuestros requerimientos de insumo de latas vacías de Fábricas Monterrey, S.A. de C.V., conocida como Famosa, una subsidiaria de FEMSA Empaques. Nuestros contratos de suministro ofrecen precios de mercado.

Los endulzantes se combinan con agua para producir jarabe simple que se añade al concentrado para producir los refrescos. Regularmente compramos el azúcar de Promotora Mexicana de Embotelladoras, S.A. de C.V., conocida como PROMESA, una cooperativa de embotelladores *Coca-Cola*. Estas compras se hacen regularmente bajo contratos a un año entre PROMESA y cada subsidiaria embotelladora para la venta de azúcar a un precio determinado mensualmente con base en el costo del azúcar a PROMESA. También adquirimos azúcar de Beta San Miguel otro productor de caña de azúcar de la que poseemos el 2.54% del capital.

En diciembre de 2001, el gobierno mexicano expropió la industria azucarera en México. Para administrar la industria, el gobierno de México firmó un contrato de fideicomiso con Nacional Financiera, S. N. C al que se hace referencia en este reporte anual como Nafin, un banco de desarrollo del gobierno según el cual Nafin actúa como fiduciario. Adicionalmente, el gobierno mexicano impuso un impuesto especial del 20% a partir de enero de 2002, a los refrescos endulzados con alta fructosa. Como resultado, convertimos nuestras plantas productivas en plantas de producción basados en caña de azúcar a principios de 2002. El 1 de enero de 2003 el gobierno mexicano amplió este impuesto al gravar con un 20% los refrescos producidos con cualquier endulzante diferente al azúcar, incluyendo la alta fructosa. El efecto de este impuesto limita nuestra capacidad de sustituir el azúcar por otros endulzantes.

Es posible obtener azúcar por medio de compras en el mercado internacional, el cuál está sujeto a aranceles de importación y dicha cantidad la establece el gobierno mexicano. Como resultado los precios del azúcar en México son mayores al precio internacional de mercado e incrementaron aproximadamente un 8% durante 2003.

**Centroamérica.** La mayoría de nuestras materias primas como botellas de vidrio y plástico, y latas son compradas de diversos proveedores. El azúcar está disponible por medio de un proveedor en cada país. Los precios de azúcar locales son significativamente más altos que los precios internacionales del mercado y nuestra capacidad de importar azúcar o HFCS está limitada.

**Colombia.** Utilizamos azúcar como endulzante en nuestros productos, que adquirimos de diversas fuentes domésticas. Compramos pro-formas de un proveedor local y Tapón Corona, del cual poseemos el 40% del capital. Compramos todas nuestras botellas de vidrio y latas de proveedores, en donde Postobón posee un 40% de la participación de capital. Existen otros proveedores de botellas de vidrio. Sin embargo, sólo es posible obtener latas de esta fuente.

**Venezuela.** Utilizamos el azúcar como endulzante de nuestros productos. Adquirimos la mayoría del mercado local y el resto se importa principalmente de Colombia. En la segunda mitad de 2003, hubo una escasez de azúcar debido a la incapacidad de los principales importadores de azúcar de acceder a divisas extranjeras como resultado del control de cambios impuesto a principios de 2003. Sólo compramos botellas de vidrio de un proveedor, Productos de Vidrio, S.A., un proveedor local, pero hay otras alternativas autorizadas por The Coca-Cola Company. Contamos con varias opciones de

proveedores para las botellas de plástico no retornable pero adquirimos la mayoría de nuestros requerimientos de ALPLA de Venezuela, S.A. Un proveedor exclusivo se encarga de todos nuestros requerimientos de latas.

**Brasil.** El azúcar en Brasil esta disponible en el mercado interno, generalmente a precios más bajos que los precios internacionales. Compramos botellas de vidrio, botellas PET y latas de diversos proveedores tanto nacionales como internacionales.

**Argentina.** En Argentina, utilizamos HFCS de diferentes proveedores locales como endulzantes en nuestros productos en lugar de azúcar. Compramos botellas de vidrio, charolas de plástico y otras materias primas de diversas fuentes nacionales. Compramos pro-formas, así como botellas de plástico retornable a precios competitivos de Complejo Industrial PET S.A., a quien nos referimos en este reporte anual como CIPET, una subsidiaria local de Embotelladora Andina S.A., un embotellador de *Coca-Cola* con operaciones en Argentina, Chile, Brasil y otros proveedores internacionales. Compramos corcholatas de proveedores locales e internacionales. Compramos nuestras presentaciones de lata para distribución de nuestros clientes en Buenos Aires, de Complejo Industrial CAN, S.A., a la que nos referimos en este reporte anual como CICAN, de la que Coca-Cola FEMSA de Buenos Aires es dueña del 48.1% del capital.

## REGULACIÓN

**Control de precios.** En la actualidad no existe control de precios sobre nuestros productos en ninguno de nuestros segmentos. En México antes de 1992 los precios de refrescos estaban regulados por el gobierno mexicano. De 1992 a 1995, la industria estuvo sujeta a voluntarias restricciones de precio. En respuesta a la devaluación del peso mexicano con respecto al dólar estadounidense en 1994 y 1995, sin embargo, el gobierno mexicano adoptó un plan de recuperación para controlar las presiones inflacionarias en 1995. Como parte de este plan, el gobierno de México impulsó a la *Asociación Nacional de Productores de Refrescos y Aguas Carbonatadas, A.C.* a participar en consultas voluntarias con el gobierno mexicano respecto al aumento de precios para presentaciones retornables. Tales consultas voluntarias llegaron a su fin en 1996. En los últimos diez años, los gobiernos en Colombia, Brasil y Venezuela también han impuesto control de precios formales en refrescos. La imposición de control de precios en un futuro podría limitar nuestra capacidad de establecer precios y afectaría nuestros resultados de operación.

**Impuestos sobre bebidas no alcohólicas.** En todos los países en los cuales operamos, gravan con un impuesto de valor agregado sobre la venta de refrescos, con tasas de 15% en México, 12% en Guatemala, 15% en Nicaragua, 13% en Costa Rica, 5% en Panamá, 16% en Colombia, 16% en Venezuela, 18% en Brasil (solo en los territorios donde operamos) y 21% en Argentina. Adicionalmente, los países en los cuales operamos están sujetos a los siguientes impuestos especiales u otros:

- En México el gobierno impuso un 20% de impuesto especial a los refrescos producidos con HFCS en enero de 2002, el cual fue suspendido en septiembre de 2002. En enero de 2003, el gobierno mexicano implementó un 20% de impuesto especial en refrescos producidos con edulcorantes diferente del azúcar.
- En Guatemala, hay un impuesto especial de 0.18 centavos en moneda local (al 31 de diciembre de 2003 equivalente a Ps.0.25), por litro de refresco.
- Nicaragua grava con un 9% de impuesto al consumo.
- Costa Rica grava con impuestos específicos a las bebidas no alcohólicas embotelladas basado en la combinación de tipo de bebida, empaque y sabor, un 5% de impuesto especial en marcas locales, 10% de impuesto en marcas extranjeras y 14% en mezcladores.
- Panamá impone un impuesto del 5% con base en el costo del bien producido.
- Brasil, en los territorios donde operamos, el gobierno impone un 9% de impuesto especial y un 6.9% de impuesto al consumo.
- En Argentina hay un impuesto especial de 8.7% en colas y refrescos de sabores que contienen menos de 5% de jugo de limón o menos del 10% de jugos de frutas y un 4.2% a las bebidas de sabores que contengan igual o más del 10% de jugo frutas y al agua mineral.

**Ley de Suministro de Agua.** En México, compramos agua de compañías de aguas municipales y bombeamos agua de nuestros propios pozos de acuerdo con concesiones otorgadas por el gobierno mexicano planta por planta. El uso del agua en México está regulado principalmente por la Ley de Aguas Nacionales de 1992 y las regulaciones derivadas que crearon la Comisión Nacional del Agua. La Comisión Nacional del Agua está a cargo de vigilar el uso del sistema nacional de agua. Bajo la Ley de Aguas Nacionales de 1992 las concesiones para el uso de un volumen específico de agua subterránea o de superficie generalmente son vigentes por periodos de cinco, diez o quince años dependiendo del suministro de agua subterránea en cada región según proyecciones de la Comisión Nacional del Agua. Los concesionados pueden solicitar extensión de las licencias una vez vencidos dichos plazos. El gobierno mexicano está autorizado para reducir el volumen de agua subterránea o de superficie concesionada para uso por medio de una licencia de este tipo por el volumen que el concesionario no utilice por tres años consecutivos. Sin embargo, debido a que las concesiones actuales para cada una de nuestras plantas en México no coinciden con las necesidades proyectadas de las plantas respecto al agua en años futuros, negociamos exitosamente con el gobierno mexicano para tener el derecho de transferir el volumen no utilizado bajo concesiones de una planta a otra anticipando un mayor uso de agua en el futuro. Nuestras concesiones podrían darse por terminado si, entre otras cosas, utilizamos más agua de la

permitida o incumplimos con los pagos relacionados con la concesión. Consideramos que cumplimos con los términos de nuestras concesiones vigentes en la actualidad.

A pesar de que no hemos realizado estudios independientes para confirmar la suficiencia del suministro de agua subterránea actual o futura creemos que nuestras concesiones vigentes satisfacen nuestras necesidades de agua actualmente en México. No es posible asegurar sin embargo que el agua subterránea estará disponible en las cantidades suficientes para satisfacer nuestras futuras necesidades de producción, o que vayamos a mantener nuestras concesiones actuales.

Actualmente no necesitamos un permiso para obtener agua en nuestros otros territorios. En Nicaragua, Costa Rica y algunas plantas en Colombia contamos con pozos de agua privados. En Argentina obtenemos agua de Aguas Argentinas, una concesionaria privada del gobierno argentino. En el resto de nuestros territorios, obtenemos agua de agencias gubernamentales o municipales. En los últimos cinco años no hemos sufrido escasez de agua en ninguno de nuestros territorios, aunque no es posible asegurar que contaremos con agua disponible en suficientes cantidades para satisfacer nuestras futuras necesidades de producción o que regulaciones adicionales relativas al uso de agua no sean adoptadas en el futuro.

**Asuntos ambientales.** En todos los países en los que operamos, nuestros negocios están sujetos a leyes de ámbito federal y estatal, así como a los reglamentos que controlan la protección del medio ambiente. En México la más importante es la *Ley General de Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente*, o la *Ley Ambiental* y la *Ley General para la Prevención y Gestión Integral de los Residuos* que supervisa la *Secretaría del Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca* (SEMARNAP). La SEMARNAP tiene la capacidad de entablar acciones judiciales tanto administrativas como de carácter penal en contra de las empresas que infringen las leyes medioambientales y también tiene el poder de clausurar instalaciones que no se ajustan a los lineamientos. Bajo la Ley mexicana de Protección al Medio ambiente se han promulgado regulaciones respecto al agua, el aire, el ruido, la contaminación y los residuos peligrosos. En particular, las leyes y reglamentos medioambientales mexicanos requieren la presentación de reportes periódicos con respecto a emisiones al aire y al agua así como de residuos peligrosos y establecen normas para la descarga de aguas residuales que aplica a nuestras operaciones. Del mismo modo estamos sujetos a ciertas restricciones mínimas respecto a la operación de camiones de reparto en la Ciudad de México. Hemos implantado varios programas diseñados para facilitar el cumplimiento con los estándares de agua, residuos, ruido y energía establecidos por las leyes medioambientales de ámbito federal y local vigentes en México incluyendo un programa que instala convertidores catalíticos y gas petróleo líquido para los camiones de reparto para nuestras operaciones en la Ciudad de México. Ver “La Compañía—Distribución del Producto.”

Además, estamos sujetos a la *Ley Federal de Derechos*, también supervisada por la SEMARNAP. Adoptada en enero de 1993, esta ley establece que las plantas localizadas en la Ciudad de México que usan pozos de agua profundos para satisfacer sus necesidades de agua deben pagar una cuota a la ciudad por la descarga de aguas residuales al drenaje. En 1995 las autoridades municipales comenzaron a probar la calidad de las descargas de agua residual y cobran a las plantas una cuota adicional por las mediciones que exceden ciertos estándares publicados por la SEMARNAP. Todas nuestras plantas de embotellado ubicadas en la Ciudad de México, incluyendo la planta de Toluca, cumplieron con estos nuevos estándares en 2001, y como resultado, no estuvieron sujetas a cuotas adicionales. Ver “— Descripción de la Propiedad – Instalaciones de Producción”.

Nuestras operaciones en Centroamérica están sujetas a varias leyes federales y estatales así como a reglamentos para la protección del medio ambiente que se han promulgado en los últimos diez años a medida que aumenta la conciencia en esta región respecto a la protección del medio ambiente y el deshecho de residuos peligrosos y tóxicos. En algunos países de Centroamérica estamos en el proceso de comenzar nuestras operaciones en consecución de las nuevas leyes medioambientales. Por ejemplo en Nicaragua nos encontramos en la fase final para la construcción de una planta de tratamiento de aguas ubicada en nuestra planta embotelladora en Managua. Asimismo, nuestras operaciones en Costa Rica han participado en un esfuerzo conjunto con la división local de The Coca-Cola Company llamada *Proyecto Planeta* para la recolección y reciclaje de botellas de plástico no retornable.

Nuestras operaciones en Colombia están sujetas a varias leyes federales, estatales y municipales así como a reglamentos relacionados con la protección del medio ambiente y el desecho de materiales tóxicos y peligrosos. Estas leyes incluyen el control de emisiones atmosféricas y estrictas limitaciones en

el uso de clorofluorocarbonos. También participamos en campañas nacionales para la recolección y reciclaje de botellas de vidrio y plástico.

Nuestras operaciones en Venezuela están sujetas a varias leyes venezolanas federales, estatales y municipales, así como a reglamentos relacionados con la protección del medio ambiente. Las leyes más relevantes al respecto son: la *Ley Orgánica del Ambiente*, la *Ley Sobre Sustancias, Materiales y Desechos Peligrosos* y la *Ley Penal del Ambiente*. A partir de la promulgación de la Ley Orgánica Ambiental en 1995, nuestra subsidiaria venezolana ha presentado a las autoridades competentes planes para ajustar ciertas instalaciones de producción y centros de distribución a los lineamientos establecidos por la ley. Mientras que las leyes otorgan ciertos periodos de gracia para el cumplimiento con las nuevas normas medioambientales, hemos tenido que ajustar algunas de las proyecciones de tiempo originales presentadas a las autoridades debido a los retrasos en el cumplimiento de algunos de estos proyectos.

Nuestras operaciones en Brasil están sujetas a varias leyes federales, estatales y municipales así como a reglamentos relacionados con la protección del medio ambiente. Entre las leyes y reglamentos más relevantes se encuentran los que regulan la emisión de gases tóxicos y peligrosos que impone penas tales como multas, clausura de instalaciones o cargos penales dependiendo del nivel de incumplimiento. Nuestra planta de producción ubicada en Jundiaí ha recibido varios reconocimientos por parte de las autoridades brasileñas por su cumplimiento con reglamentos ambientales y por tener estándares muy por encima de los obligados por la ley. La planta está certificada bajo ISO 9000 desde marzo de 1995 y bajo ISO 14001 desde marzo de 1997.

Nuestras operaciones en Argentina están sujetas a varias leyes federales y provinciales así como a reglamentos relacionados a la protección del medio ambiente. Los reglamentos más importantes en lo que se refiere a descarga de aguas residuales son los que regula la *Secretaría de Recursos Naturales y Ambiente Humano* y la *Secretaría de Política Ambiental* para la provincia de Buenos Aires. Nuestra planta de Alcorta satisface los estándares de descarga de aguas residuales y cumple con estos estándares.

Hemos gastado y muy probablemente sigamos utilizando fondos para el cumplimiento y remediación según leyes y reglamentos locales en materia de medio ambiente. No creemos que dichos costos tengan un efecto adverso significativo en nuestro estado de resultados o condición financiera. Sin embargo, ya que las leyes y reglamentos en materia de medio ambiente y su ejecución se han vuelto cada vez más estrictos en nuestros territorios y que existe una conciencia creciente por parte de las autoridades locales respecto al cumplimiento de estándares medioambientales en los países en los que operamos, un aumento en costos reflejaría un efecto adverso en nuestros estados de resultados futuros o condición financiera. La administración no tiene conocimiento de cambios en reglamentos que requieran importantes inversiones en los activos fijos.

## CONTRATOS DE EMBOTELLADOR

### Contratos de Embotellador de Coca-Cola

Los contratos de embotellador son los contratos estándar que The Coca-Cola Company ejecuta con embotelladores fuera de los Estados Unidos de América para la venta de concentrados para ciertas bebidas marca registrada *Coca-Cola*. Producimos, empacamos, distribuimos y vendemos bebidas y agua embotellada bajo un contrato de embotellador por separado para cada uno de nuestros territorios.

Estos contratos de embotellador determinan que adquiriremos el total de nuestros requerimientos de concentrados para bebidas marca registrada *Coca-Cola* de The Coca-Cola Company y otros proveedores autorizados a los precios, condiciones de pago y otros términos y condiciones de suministro según determine The Coca-Cola Company a su entera discreción. Los precios de los concentrados están determinados como un porcentaje del precio promedio al mayoreo, neto de impuestos. A pesar de que los multiplicadores de precio utilizados para calcular el costo del concentrado y la divisa de pago, entre otros términos, son determinados a la entera discreción de The Coca-Cola Company, establecemos el precio de los productos vendidos a minoristas a discreción, sujeto a la aplicabilidad de las restricciones de precio. Tenemos el derecho exclusivo de distribuir bebidas marca registrada *Coca-Cola* para la venta en nuestros territorios en contenedores autorizados de la naturaleza determinada en los contratos de embotellador y actualmente utilizados por nuestra compañía. Estos contenedores incluyen varias configuraciones de latas y botellas retornables y no retornables de vidrio y plástico así como contenedores fountain.

Los contratos de embotellador incluyen un reconocimiento por nuestra parte que The Coca-Cola Company es el único dueño de las marcas registradas que identifican las bebidas marca registrada *Coca-Cola* y de las fórmulas secretas con las que se hacen los concentrados de The Coca-Cola Company. Sujeto a nuestro derecho exclusivo de distribuir bebidas marca registrada *Coca-Cola* en nuestros territorios, The Coca-Cola Company se reserva el derecho de importar y exportar bebidas marca registrada *Coca-Cola* de y hacia cada uno de nuestros territorios. Nuestros contratos de embotellador no contienen restricciones respecto a la capacidad de The Coca-Cola Company para establecer el precio de los concentrados que se cobra a nuestras subsidiarias y no impone obligaciones mínimas de comercialización sobre The Coca-Cola Company. Los precios a los que compramos los concentrados según el contrato de embotellador podrían variar materialmente de los precios que hemos pagado históricamente, incluyendo los periodos cubiertos por nuestra información financiera en este reporte anual. Sin embargo, bajo nuestros estatutos y el contrato de accionistas con una subsidiaria de The Coca-Cola Company y una subsidiaria de FEMSA, una acción adversa de The Coca-Cola Company bajo cualquiera de los contratos de embotellador podría resultar en la suspensión de ciertos derechos de veto de los directores designados por The Coca-Cola Company. Lo anterior nos ofrece una protección limitada en contra de la capacidad de The Coca-Cola Company de aumentar el precio de los concentrados al grado que tal aumento vaya en nuestro detrimento según el contrato de accionistas y los estatutos. Ver “Punto 7. Principales Accionistas y Transacciones de las Partes Relacionadas – Accionistas Principales – El Contrato de los Accionistas”.

The Coca-Cola Company tiene la capacidad, a su entera discreción, de reformular cualquiera de las bebidas marca registrada *Coca-Cola* y discontinuar cualquiera de las bebidas marca registrada *Coca-Cola* sujeto a ciertas limitaciones, mientras que no se discontinúe a todas las bebidas marca registrada *Coca-Cola*. The Coca-Cola Company podría asimismo introducir nuevas bebidas en nuestros territorios. En ese caso tendríamos el derecho de rechazar en primera instancia la fabricación, empaque, distribución y venta de dichas nuevas bebidas sujeto a las mismas obligaciones que existan en ese momento con respecto a bebidas marca registrada *Coca-Cola* bajo los contratos de embotellador. Los contratos de embotellador nos prohíben la producción o manejo de productos de cola distintos a los de The Coca-Cola Company u otros productos o empaques que pudieran imitar, infringir o causar confusión con los productos, imagen de comercialización, contenedores o marcas registradas de The Coca-Cola Company o la adquisición o teneduría de un interés con la parte que se encarga de dichas actividades. Los contratos de embotellador también nos prohíben embotellar cualquier bebida, excepto bajo la autoridad de o el consentimiento de The Coca-Cola Company. Los contratos de embotellador también imponen restricciones en lo que se refiere al uso de ciertas marcas registradas, contenedores autorizados, empaques y etiquetados de The Coca-Cola Company para actuar conforme a las políticas establecidas por The Coca-Cola Company. En particular, estamos obligados a:

- mantener la planta y el equipo, el personal y las instalaciones de distribución con la capacidad de fabricación, empaque y distribución de bebidas marca registrada *Coca-Cola* en contenedores autorizados de acuerdo con nuestros contratos de embotellador en cantidades suficientes para satisfacer la totalidad de la demanda en nuestros territorios;
- tomar las medidas de control de calidad adecuadas prescritas por The Coca-Cola Company;
- desarrollar, estimular y satisfacer del todo la demanda de bebidas marca registrada *Coca-Cola* utilizando todos los medios autorizados, incluyendo la inversión en publicidad y planes de mercadotecnia;
- mantener una sana capacidad financiera como sea razonablemente necesario para asegurar el cumplimiento de nuestras obligaciones y las de nuestras afiliadas para con The Coca-Cola Company; y
- presentar anualmente a The Coca-Cola Company nuestros planes de mercadotecnia, administración, promocionales y publicitarios para el año siguiente.

Durante 2003 The Coca-Cola Company contribuyó con 48% de nuestro presupuesto de publicidad y mercadotecnia en nuestros territorios. A pesar de que creemos que The Coca-Cola Company pretende continuar otorgando fondos para la publicidad y la mercadotecnia, no está obligada a hacerlo. En consecuencia, los futuros niveles de apoyo para publicidad y mercadotecnia otorgados por The Coca-Cola Company podrían variar materialmente de los niveles históricos. Ver “Punto 7. Principales Accionistas y Transacciones con Partes Relacionadas – Accionistas Principales – El Contrato de los Accionistas”.

Tenemos distintos contratos de embotellador con The Coca-Cola Company para cada uno de los territorios en los que operamos. Algunos de estos contratos de embotellador se renuevan automáticamente a menos que una de las partes notifique con anticipación que no desea renovar el contrato, mientras que otros requieren que notifiquemos nuestra intención de renovarlo. La siguiente tabla resume por segmento las fechas de vencimiento y disposiciones de renovación de nuestros contratos de embotellador:

Segmento	Fecha de vencimiento	Disposición de renovación
<b>México</b> .....	Para dos territorios – Junio 2013	Diez años, renovable automáticamente.
	Para dos territorios – Mayo 2005	Diez años, requiere notificación de al menos seis meses pero no mayor a doce antes de la fecha de vencimiento.
<b>Centroamérica<sup>(1)</sup></b> .....	Guatemala – Marzo 2006	Renovable según acuerden las partes.
	Nicaragua – Mayo 2006	Cinco años, requiere notificación de al menos seis meses pero no mayor a doce antes de la fecha de vencimiento.
	Costa Rica – Septiembre 2007	Cinco años, requiere notificación de al menos seis meses pero no mayor a doce antes de la fecha de vencimiento.
<b>Colombia</b> .....	Junio 2004 <sup>(2)</sup>	Cinco años, requiere notificación de al menos seis meses pero no mayor a doce antes de la fecha de vencimiento.
<b>Venezuela</b> .....	Para bebidas marca registrada <i>Coca-Cola</i> - Agosto 2006	Cinco años, requiere notificación de al menos seis meses pero no mayor a doce antes de la fecha de vencimiento.

<b>Segmento</b>	<b>Fecha de vencimiento</b>	<b>Disposición de renovación</b>
<b>Venezuela .....</b>	Para otras bebidas – Agosto 2006	Renovable según acuerden las partes.
<b>Brasil.....</b>	Abril 2004 <sup>(2)</sup>	Cinco años, requiere notificación de al menos seis meses pero no mayor a doce antes de la fecha de vencimiento.
<b>Argentina.....</b>	Septiembre 2004 <sup>(2)</sup>	Diez años, renovable automáticamente.

<sup>(1)</sup> Actualmente nos encontramos en el proceso de finalizar el contrato de embotellador para Panamá y esperamos sea sustancialmente similar a nuestros contratos de embotellador vigentes para Centroamérica.

<sup>(2)</sup> Hemos enviado a The Coca-Cola Company la notificación de renovación.

Los contratos de embotellador están sujetos a terminación por parte de The Coca-Cola Company en caso de incumplimiento de nuestra parte. Las disposiciones en caso de incumplimiento que limitan el cambio de propiedad o control de nuestra compañía y la cesión o transferencia de contratos de embotellador están diseñados para excluir a toda persona no aceptable para The Coca-Cola Company para que obtenga la cesión de un contrato de embotellador o de adquirir nuestra compañía y son independientes de derechos similares establecidos en el contrato de accionistas. Estas disposiciones podrían prevenir cambios en nuestros accionistas principales, tal y como se discute más adelante, incluyendo fusiones o adquisiciones que involucran ventas o disposiciones de nuestro capital accionario, lo que implicaría un cambio de control efectivo sin el consentimiento de The Coca-Cola Company. Ver “Punto 7. Principales Accionistas y Transacciones de las Partes Relacionadas – Accionistas Principales – El Contrato de los Accionistas”.

También firmamos un contrato de licencia de marca registrada con The Coca-Cola Company, de acuerdo con el cual estamos autorizados a utilizar ciertas marcas registradas de The Coca-Cola Company. El contrato es por término indefinido pero se daría por terminado en caso de que cesáramos la fabricación, comercialización, venta y distribución de productos *Coca-Cola* de acuerdo con los contratos de embotellador o si el contrato de accionistas se diera por terminado. The Coca-Cola Company también tiene derecho de terminar el contrato de licencia si utilizamos sus marcas registradas de una manera no autorizada en los contratos de embotellador.

## DESCRIPCIÓN DE PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO

Durante los últimos años, hemos realizado inversiones de capital significativas para modernizar nuestras instalaciones y mejorar la eficiencia operativa y la productividad, incluyendo:

- aumento de la capacidad anual de nuestras plantas embotelladoras;
- instalación de locaciones de clarificación para procesar diferentes tipos de edulcorantes;
- instalación de equipo de soplado de botellas de plástico y capacidad de presentaciones en lata;
- modificación de equipo para aumentar la flexibilidad para producir diferentes presentaciones, incluyendo líneas dobles que pueden embotellar tanto presentaciones retornables como no retornables; y
- cierre de instalaciones de producción obsoletas.

Ver “Punto 5. Revisión y estimados, operativos y financieros—Inversiones en Capital.”

Al 31 de diciembre de 2003, en total teníamos 32 plantas embotelladoras. Por país tenemos, doce plantas de embotellado en México, cuatro en Centroamérica, seis en Colombia, seis en Venezuela, tres en Brasil y una en Argentina.

A partir de la adquisición de Panamco durante 2003, consolidamos un total de 20 plantas de la siguiente forma: cuatro plantas en México, una en Centroamérica, once en Colombia, tres en Venezuela y una en Brasil. Al mismo tiempo, aumentamos nuestra productividad por cajas unidad vendidas por planta en más de un 50% en toda la compañía.

Al 31 de diciembre de 2003, operábamos 250 centros de distribución, más del 40% de los cuales están en nuestros territorios mexicanos. Aproximadamente el 80% de nuestros centros de distribución son propios y el resto son rentados. Ver “La Compañía—Distribución del Producto.” Durante 2003, como parte de nuestro proceso de integración, consolidamos 37 centros de distribución en nuestros territorios.

Nuestras propiedades propias o rentadas, la maquinaria y equipo e inventarios, están cubiertas bajo pólizas de de “todo tipo de riesgo”, también tenemos cubiertas las pérdidas generadas por interrupciones del negocio. La póliza cubre daños causados por desastres naturales, incluyendo huracanes, tormentas, terremotos y daños causados por actos humanos, incluyendo explosiones, incendios, vandalismo, motines y pérdidas relacionadas con material en proceso. Adicionalmente, tenemos una póliza de seguros para pasivos “todo tipo de riesgo” que cubre nuestros pasivos de productos. Compramos nuestras coberturas de seguros a través de un promotor de seguros. Las pólizas son emitidas por *Allianz*, y la cobertura es parcialmente re-asegurada en los mercados internacionales.

La tabla que se muestra a continuación establece la ubicación, uso principal y capacidad de producción de nuestras instalaciones de producción.

**Resumen de Instalaciones de Producción  
Al 31 de diciembre de 2003**

<b>Segmento</b>	<b>Uso principal</b>	<b>Capacidad instalada (millones de cajas)</b>	<b>% de utilización<sup>(1)</sup></b>
México	Embotelladora	1,417,345	59.5%
Guatemala	Embotelladora	30,303	54.6%
Nicaragua	Embotelladora	26,807	70.8%
Costa Rica	Embotelladora	37,992	56.3%
Panamá	Embotelladora	28,830	36.1%
Colombia	Embotelladora	264,036	37.5%
Venezuela	Embotelladora	268,763	42.1%
Brasil	Embotelladora	378,969	56.3%
Argentina	Embotelladora	206,736	60.3%

(1) Tasa anualizada

La tabla que se muestra a continuación establece la ubicación, y área de producción de nuestras instalaciones de producción.

### Instalaciones de producción por ubicación

Al 31 de diciembre de 2003

País	Planta	Tamaño (miles de metros cuadrados)
México	San Cristobal de las Casas, Chiapas.....	24
	Cedro, Distrito Federal.....	18
	Cuautitlán, Estado de México.....	35
	Los Reyes la Paz, Estado de México.....	28
	Toluca, Estado de México.....	280
	Celaya, Guanajuato.....	87
	León, Guanajuato.....	38
	Morelia, Michoacán.....	50
	Juchitán, Oaxaca.....	27
	Ixtacomitán, Tabasco.....	90
	Apizaco, Tlaxcala.....	80
Coatepec, Veracruz.....	96	
Guatemala	Ciudad de Guatemala.....	46
Nicaragua	Managua.....	59
Costa Rica	San José.....	52
Panamá	Ciudad de Panamá.....	29
Colombia	Barranquilla.....	27
	Bogotá Norte.....	89
	Bucaramanga.....	27
	Cali.....	88
	Manantial.....	33
	Medellín.....	44
Venezuela	Antimano.....	14
	Barcelona.....	141
	Calabozo.....	70
	Maracaibo.....	34
	Maracay.....	31
	Valencia.....	91
Brasil	Campo Grande.....	36
	Jundiaí.....	191
	Moji das Cruzes.....	95
Argentina	Alcorta.....	73

## PRINCIPALES SUBSIDIARIAS

La tabla que sigue a continuación presenta nuestras subsidiarias importantes directas e indirectas y el porcentaje de participación de cada una de ellas al 31 de diciembre de 2003:

<u>Nombre de la compañía</u>	<u>Porcentaje</u>
Propimex, S.A. de C.V., una corporación mexicana.....	99.99%
Inmuebles del Golfo, S.A. de C.V., una corporación mexicana	99.99%
Corporación Interamericana de Bebidas, S.A. de C.V., una corporación mexicana .....	99.97%
Panamco México, S.A. de C.V., una corporación mexicana..	98.14%
Panamco Bajío, S.A. de C.V., una corporación mexicana .....	93.37%

## **Punto 5. Resultados Operativos y Financieros y Perspectivas**

### **General**

La siguiente discusión deberá leerse en conjunción con, y está completamente sustentada por referencia a, nuestros estados financieros consolidados incluyendo las notas a los mismos que aquí se incluyen. Nuestros estados financieros consolidados se prepararon de acuerdo con los PCGA mexicanos, que difieren en algunos aspectos importantes del U.S. GAAP. Las notas 25 y 26 a nuestros estados financieros consolidados ofrecen una descripción de las principales diferencias entre los PCGA mexicanos y los U.S. GAAP en lo que aplica a nuestra compañía, así como una conciliación con los U.S. GAAP respecto a la utilidad neta mayoritaria, capital contable y otra información financiera seleccionada.

Nuestros estados financieros consolidados incluyen los estados financieros de Coca-Cola FEMSA y de todas sus compañías en las cuales tenemos directa e indirectamente la mayoría de las acciones con voto y/o sobre aquellas en las que ejercemos control.

**Adquisición de Panamco.** El 6 de mayo de 2003, completamos la adquisición de Panamco. La adquisición de Panamco dio como resultado un sustancial aumento en el tamaño y ámbito geográfico de nuestras operaciones. El precio de compra por el 100% del capital accionario de Panamco fue de Ps.29,518 millones, excluyendo gastos relacionados con la transacción. También asumimos Ps.9,085 millones de deuda neta. La adquisición fue financiada con contribución de capital por parte de FEMSA de Ps.2,779 millones, un intercambio de The Coca-Cola Company por su capital accionario en Panamco valuado en Ps.7,041 millones con nuevas acciones de nuestra compañía, efectivo por Ps.2,820 millones y nueva deuda en pesos mexicanos y dólares estadounidenses por la cantidad de Ps.17,267 millones. Como resultado de la adquisición de Panamco, conforme a los PCGA mexicanos, reconocimos como activos intangibles con vida indefinida los derechos de producir y distribuir las marcas registradas de The Coca-Cola Company. Estos intangibles identificados, calculados como la diferencia entre el precio pagado y el precio de mercado de los activos netos adquiridos, fueron valuados en Ps.33,420 millones, incluyendo pagos financieros y de asesoría, costos asociados con el cierre de ciertas instalaciones adquiridas, racionalización y consolidación de operaciones, reubicación del corporativo y de otras oficinas y la integración de las operaciones.

**Comparabilidad de la información presentada; Segmentos incluidos en el reporte.** Bajo los PCGA mexicanos, Panamco está incluido en nuestros estados financieros consolidados a partir del 6 de mayo de 2003 y no se refleja en periodos previos a esta fecha. Como resultado, nuestros estados financieros consolidados por el año que terminó el 31 de diciembre de 2003 no son comparables con los correspondientes a periodos anteriores. Del mismo modo, la información financiera proporcionada por nosotros, respecto a los territorios de nueva adquisición tampoco es comparable con los estados financieros consolidados de Panamco para periodos anteriores ya que fueron preparados utilizando políticas diferentes y de acuerdo con U.S. GAAP en dólares estadounidenses. Estos estados financieros tampoco son comparables con periodos subsecuentes, ya que Panamco sólo se incluyó en nuestros estados financieros consolidados durante ocho meses de 2003.

En lo que respecta a nuestros estados financieros consolidados por los años terminados el 31 de diciembre de 2001 y de 2002, reportamos México y Argentina como segmentos distintos. Para nuestros estados financieros consolidados para el año terminado el 31 de diciembre de 2003, presentamos un segmento de reporte distinto para México, Centroamérica, Colombia, Venezuela, Brasil y Argentina. Por medio de nuestra adquisición de Panamco, adquirimos territorios adicionales en México que se reportaron como parte del segmento en México, así como territorios en Centroamérica, Colombia, Venezuela y Brasil. No adquirimos ningún territorio adicional en Argentina, por lo que el segmento de información que le corresponde es en efecto comparable al de periodos anteriores.

A pesar de que la información de nuestros estados financieros consolidados no es comparable a la que corresponde a periodos anteriores, mantenemos información sobre el volumen de ventas de nuestros territorios sobre una base comparable a la que mantuvo Panamco para periodos anteriores. Para efectos de comparación, la tabla que se muestra a continuación presenta el volumen de ventas por segmento:

	<b>Año terminado al 31 de diciembre de</b>			
	<b>2003</b>		<b>2002</b>	
	<b>(millones de cajas unidad)</b>	<b>(porcentaje)</b>	<b>(millones de cajas unidad)</b>	<b>(porcentaje)</b>
<b>Volumen total:</b>				
México.....	1,001.6	54.9%	980.5	52.5%
Centroamérica .....	107.3	5.9	100.1	5.4
Colombia .....	171.8	9.4	185.0	9.9
Venezuela.....	151.6	8.3	162.9	8.7
Brasil .....	265.1	14.5	322.6	17.3
Argentina.....	126.6	7.0	115.6	6.2
Total	1,824.0	100.0%	1,866.7	100.0%

La información de ventas que se presenta es diferente de nuestro volumen de ventas real. Los volúmenes de ventas se discuten a mayor detalle en el segmento que se encuentra en la sección denominada “Punto 4. Información sobre la Compañía – La Compañía – Ventas”.

**Efectos de los cambios en las condiciones económicas.** Nuestros estados de resultados se ven afectados por cambios en las condiciones económicas de México y en los otros países en los que operamos. Para los años terminados el 31 de diciembre de 2003, 2002 y 2001, 66.7%, 90.6% y 89.1%, respectivamente, de nuestros ingresos provinieron de México. Como resultado de la adquisición de Panamco, tenemos una mayor exposición en países en los que históricamente no hemos realizado operaciones, en especial Centroamérica, Colombia, Venezuela y Brasil. La mayoría de nuestros ingresos provienen de nuestras operaciones en México.

Nuestros resultados futuros pueden verse afectados significativamente por las condiciones financieras y económicas generales de los países en los que operamos. Disminuciones en los niveles de crecimiento económicos, la devaluación de las monedas locales, inflación y tasas de interés más altas, o por acontecimientos políticos, que puedan resultar en menor demanda de nuestros productos, menores incrementos reales en precios, o un cambio a productos de márgenes más bajos. Debido a que un gran porcentaje de nuestros costos son fijos, podríamos no ser capaces de reducir costos y gastos, y nuestros márgenes operativos podrían verse afectados como resultados de estas bajas en la economía de cada país. Además, un incremento en las tasas de interés en México podría incrementar nuestros costos de intereses en pesos mexicanos a una tasa variable, y de fondeo y podría afectar negativamente nuestra posición financiera y los resultados de nuestras operaciones. La apreciación del dólar estadounidense podría incrementar el costo de nuestras materias primas denominadas en dólares estadounidenses, y de nuestras obligaciones denominadas en dólares estadounidenses, por lo que nuestra situación financiera y resultados de operaciones se verían afectados negativamente.

**Apalancamiento Operativo.** Compañías de características estructurales en donde resulte un margen de expansión mayor al crecimiento de las ventas, son consideradas como Compañías con apalancamiento operativo. Participamos en actividades de inversión de capital intensivas. El alto grado de aprovechamiento de la capacidad operativa de nuestras instalaciones de producción provoca una mejor absorción de los gastos fijos, un aumento de los resultados en la forma de mayores ingresos sin costos fijos adicionales. La falta de aumentos significativos en costos variables hace que se amplíen los márgenes de ganancia bruta cuando las instalaciones de producción se operan en mayores grados de aprovechamiento. Por el contrario, costos fijos más elevados producirían menores márgenes de ganancia bruta en periodos de menor producción.

Además, nuestras operaciones comerciales se realizan por medio de redes de distribución extensivas, cuyos principales activos fijos constan de centros de distribución y camiones. Nuestros sistemas de distribución están diseñados para manejar grandes volúmenes de bebidas. Los costos fijos representan una importante proporción de nuestro gasto total de distribución. Generalmente cuanto mayor es el volumen que se maneja por medio del sistema de distribución, menor es el costo de distribución como porcentaje de los ingresos correspondientes. Como resultado, los márgenes de operación aumentan cuando se opera la capacidad de distribución a mayores niveles de aprovechamiento. Por el contrario, los periodos donde se disminuye el aprovechamiento tendrían un impacto negativo sobre nuestros márgenes de operación.

#### **Estimaciones contables**

La preparación de nuestros estados financieros consolidados requiere que efectuemos ciertas estimaciones y supuestos que afectan (i) los montos de activos y pasivos reportados, (ii) la revelación de activos y pasivos contingentes a la fecha del balance y (iii) el reporte de ingresos y egresos para el periodo reportado. Hemos basado nuestros juicios y estimaciones en la experiencia histórica y en otros factores que consideramos son razonables bajo las circunstancias dadas, y cuyos resultados forman la base para emitir juicios sobre los valores de activos y pasivos reportados. Los resultados actuales pueden diferir de estos estimados bajo distintos supuestos o condiciones. De manera continua estamos evaluando la validez de nuestros juicios y estimaciones. Nuestras políticas contables significativas se describen en las Notas 4 y 5 de nuestros estados financieros consolidados. Consideramos que nuestros criterios contables más importantes implican la aplicación de juicios o estimaciones son:

**Reserva para Cuentas Incobrables.** Determinamos la reserva para cuentas incobrables basados en la valuación de la antigüedad de las cuentas por cobrar. La cantidad asignada considera la tasa de pérdida histórica en las cuentas por cobrar y las condiciones económicas donde operamos. Sin embargo, la mayoría de nuestras ventas son en efectivo y no incrementan las cuentas incobrables.

**Botellas y Cajas; Reserva de Rotura de Botellas.** Clasificamos las botellas y las cajas como activos fijos de acuerdo con las prácticas de la industria. El gasto por rotura de botellas se registra como gasto cuando es incurrido, y las botellas y cajas retornables no se deprecian. Determinamos la depreciación de las botellas y cajas sólo para efectos fiscales.

Comparamos periódicamente el gasto por rotura en libros con el cálculo del gasto de depreciación, estimamos una vida útil de cuatro años para las botellas de vidrio retornable y un año para las botellas de plástico retornable y cuatro años para las cajas retornables. Dicha vida útil está determinada de acuerdo a nuestra experiencia en la industria. El cálculo anual de gasto de depreciación ha sido similar al gasto anual en libros por concepto de rotura. Cuando decidimos discontinuar una presentación retornable en particular y retirarla del mercado, damos de baja la presentación discontinuada registrando un incremento en el gasto de rotura.

**Propiedad, Planta y Equipo.** La propiedad, planta y equipo es depreciada en función a su vida útil. La vida útil estimada representa el tiempo en que los activos estarán en uso generando ingresos. Las estimaciones de vida útil se basan en la opinión de peritos independientes y la experiencia de nuestro personal técnico.

En la nota 5 (e) de los estados financieros consolidados se describe la metodología utilizada para reexpresar el valor de los activos importados, la cuál bajo los PCGA mexicanos permiten aplicar el tipo de cambio y el índice de inflación del país de origen. Consideramos que este método presenta de forma más precisa el valor correcto de los activos que el de reexpresar los costos determinados aplicando factores de inflación.

Valuamos a valor de mercado los activos fijos adquiridos en la transacción de Panamco, considerando sus condiciones operativas y los flujos de cajas futuros que generarán de acuerdo al uso estimado futuro bajo nuestra administración.

En 2003, decidimos ampliar la vida útil de nuestros refrigeradores en nuestros territorios originales en México de tres a cinco años. Tomamos esta decisión basados en estudios técnicos, mayor control de los refrigeradores instalados en el punto de venta y el programa de inversión para el reemplazo de refrigeradores para los siguientes años. Como resultado el gasto de depreciación registrado en 2003 en nuestros estados financieros disminuyó aproximadamente Ps.92 millones. La vida útil de los refrigeradores en nuestros nuevos territorios adquiridos de Panamco es de cinco años.

**Valuación de Activos Intangibles y Crédito Mercantil.** Como mencionamos en la nota 5(i) de nuestros estados financieros consolidados, comenzando en 2003 aplicamos el Boletín C-8, *Activos Intangibles*, el cual establece que los costos de desarrollo de proyectos deben capitalizarse si cumplen los criterios establecidos para el reconocimiento de los activos. Adicionalmente, el Boletín C-8 requiere identificar todos los activos intangibles para reducir tanto sea posible el crédito mercantil asociado con la combinación del negocio. Antes de 2003, considerabamos como crédito mercantil el excedente entre el precio de compra sobre el precio de mercado de los activos netos adquiridos en una combinación de negocio. Con la adopción del Boletín C-8, consideramos dicho excedente relacionado con el derecho de producir y distribuir productos de la marca registrada Coca-Cola. Diferenciamos entre activos intangibles

con vida definida de aquellos con vida indefinida, de acuerdo con el periodo durante el cual esperamos recibir beneficios.

Los activos y pasivos de Panamco los valuamos a precios de mercado a la fecha de la adquisición y como es requerido por el Boletín C-8, realizamos la asignación del excedente entre el precio de compra y el valor de mercado de los activos netos. El análisis resultó en el reconocimiento de un activo intangible con vida indefinida por Ps.33,240 millones a los derechos de producir y distribuir productos de la marca registrada *Coca-Cola*, los cuales serán sujetos a pruebas de deterioro anuales, de acuerdo con U.S. GAAP y PCGA mexicanos. Para determinar el valor de mercado de los activos y pasivos adquiridos se consideró lo siguiente:

- el valor de mercado de los activos adquiridos; determinado por (i) el valor de los activos fijos, las botellas de vidrio retornable y refrigeradores considerando (i) las vidas útiles remanentes, (ii) las condiciones generales de operación de los activos a la fecha de compra, (iii) ciertas decisiones operativas y estratégicas implementadas al momento de asumir el control de las operaciones y (iv) nuestras políticas y estimaciones contables;
- pasivos laborales y otros pasivos; liquidaciones de personal y otras obligaciones generadas por las operaciones de Panamco antes de que tomáramos el control; y
- cancelación del crédito mercantil; el crédito mercantil registrado anteriormente por Panamco fue cancelado.

Para propósitos de los PCGA mexicanos, el crédito mercantil es la diferencia entre el precio pagado y el valor de las acciones o activos netos adquiridos que no fue asignado directamente como activo intangible, el crédito mercantil y los activos intangibles asignados son registrados en la moneda funcional de la subsidiaria en dónde la inversión fue realizada y es reexpresado aplicando la tasa de inflación del país de origen y el tipo de cambio de fin de año. El crédito mercantil es amortizado sobre un periodo no mayor a 20 años.

Bajo U.S. GAAP, SFAS No.142 “Crédito Mercantil y Otros Activos Intangibles”, efectivo a partir de 2002. El crédito mercantil no es sujeto de amortización, pero en cambio es sujeto a pruebas de deterioro inicial y pruebas subsecuentes. Estas pruebas son realizadas anualmente, a menos que ocurra algún evento o las circunstancias cambien por lo que sea probable que se reduzca el valor de mercado de una de nuestras unidades de reporte por lo que se tenga que ajustar su valor. Las pruebas de deterioro indican que a principios de 2004 no era necesario registrar ningún cargo por deterioro

***Deterioro en el Valor de los Activos Intangibles, Crédito Mercantil y Activos de Larga Duración.*** Continuamente revisamos que el valor reportado de nuestros activos intangibles, crédito mercantil y activos de larga duración sea el adecuado. Revisamos para realizar ajustes cuando algún evento o cambios en las circunstancias indiquen que el valor registrado de un activo puede no ser recuperado basado en nuestras proyecciones de flujos de caja futuros esperados. A pesar de que consideramos que nuestros flujos de efectivos futuros estimados son razonables, diferentes supuestos respecto a dichas proyecciones pueden afectar significativamente nuestras evaluaciones.

En diciembre de 2001, el gobierno argentino adoptó una serie de medidas económicas, dentro de las cuales la más importante consistía en la restricción de retirar dinero y transacciones en moneda extranjera. Debido a la continua dificultad en la situación económica de Argentina, la incertidumbre respecto al periodo de recuperación y la inestabilidad del tipo de cambio, el 1 de julio de 2002, realizamos la valuación de nuestra inversión en nuestras operaciones en Argentina, basados en los múltiplos del mercado de negocios similares. La valuación resultó en el reconocimiento de un deterioro por Ps.457 millones, el cual fue registrado en nuestros resultados de 2002. Dada la situación económica actual en Argentina, creemos que la inversión neta actual de nuestra subsidiaria en ese país se encuentra razonablemente valuada, aunque no podemos garantizarlo, no esperamos reconocer en Argentina ajustes adicionales en el futuro.

Las evaluaciones llevadas a cabo durante el año y hasta la fecha de este reporte, no nos llevaron a ningún otro ajuste significativo en el crédito mercantil o los activos de larga duración. No podemos garantizar que nuestras estimaciones no cambiarán como resultado de nueva información o

acontecimientos. Cambios en las condiciones económicas o políticas en todos los países en los que operamos o en las industrias en las que participamos, pueden ocasionar un cambio en nuestras valuaciones actuales.

**Pasivos Laborales.** Las obligaciones laborales comprenden el plan de pensiones y la prima de antigüedad. Para determinar nuestras obligaciones y gastos para estas obligaciones laborales dependemos de ciertos supuestos utilizados por actuarios para calcular dichas cantidades. Evaluamos nuestros supuestos anualmente por lo menos. Dichos supuestos están descritos en la Nota 15 de los estados financieros consolidados e incluyen, entre otros elementos, la tasa de descuento, la tasa de retorno de largo plazo de los activos y las tasas de crecimiento de los sueldos y de ciertos factores relacionados con los empleados como rotación, edad de retiro y mortalidad. Todos los supuestos dependen de las circunstancias económicas de cada país en los que operamos.

De acuerdo con los PCGA mexicanos y los resultados actuales que difieran de nuestros supuestos se calculan y se amortizan en periodos futuros y por lo tanto, generalmente afectan nuestro gasto devengado y la obligación de pago en estos periodos futuros. Si bien consideramos que nuestros supuestos son adecuados, cambios significativos respecto a nuestra experiencia actual o cambios significativos en nuestros supuestos podrían afectar materialmente nuestras obligaciones de pago de pensiones y otros compromisos hacia el jubilado, y nuestro gasto futuro.

La siguiente tabla es un resumen de los tres supuestos clave que serán usados para determinar el gasto por pensión anual de 2004, junto con el impacto del gasto de la pensión por variación del 1% en la tasa asumida:

Supuesto	Tasa 2004 (en términos reales)	Impacto de 1% de cambio (millones) <sup>(1), (2)</sup>
<b>Subsidiarias mexicanas:</b>		
Tasa de descuento.....	6.0%	+ Ps.(26) - Ps.81
Incremento en la tasa de los salarios .....	1.5%	+ Ps.24 - Ps.(23)
Rendimiento sobre los activos a largo plazo .....	5.5%	+ Ps.(26) - Ps.81
<b>Subsidiarias extranjeras:</b>		
Tasa de descuento.....	4.5%	+ Ps.(31) - Ps.36
Incremento en la tasa de los salarios .....	1.5%	+ Ps.36 - Ps.(29)
Rendimiento sobre los activos a largo plazo .....	4.5%	+ Ps.(31) - Ps.36

<sup>(1)</sup>El impacto no es el mismo por el 1% de incremento como lo es por el 1% de decremento, debido a que las tasas son lineales.

<sup>(2)</sup> “+” se refiere al 1% de incremento, “-” indica un decremento del 1%.

## Nuevos Pronunciamientos Contables

### PCGA Mexicanos

El Boletín C-15, *Deterioro en el Valor de los Activos de Larga Duración y su Disposición*. En marzo de 2003, el *Instituto Mexicano de Contadores Públicos* (IMCP) emitió el Boletín C-15 cuya aplicación es obligatoria para los estados financieros en periodos que comienzan en o después del 1 de enero de 2004 aunque se recomienda su aplicación anticipada. El Boletín C-15 establece entre otros, nuevos principios para el cálculo y reconocimiento de pérdidas por deterioro de activos de larga duración y su reversión. También ofrece ejemplos de indicadores de posible deterioro en el valor de activos de larga duración tanto tangibles, como intangibles en uso, incluyendo crédito mercantil. El cálculo de dicha pérdida requiere de la determinación del valor recuperable que ahora se define como el mayor entre el precio de venta neto de una unidad generadora de efectivo y su valor en uso, que es el valor presente de

flujos de efectivo netos futuros, descontados. Los principios contables emitidos antes de este boletín utilizaban flujos de efectivo netos futuros sin requerir el descuento de dichos flujos de efectivo. La Compañía no anticipa que este nuevo estándar tendrá un impacto importante sobre su posición financiera o los estados de resultados.

Boletín C-12 *Instrumentos Financieros con Características de Pasivo, de Capital o de Ambos*. En abril de 2003, el IMCP emitió el Boletín C-12, cuya aplicación es obligatoria para los estados financieros en periodos que comienzan en o después del 1 de enero de 2004 aunque se recomienda su aplicación anticipada. El Boletín C-12 establece las diferencias más significativas entre deuda y capital como la base del desarrollo del criterio necesario para identificar, clasificar y registrar de manera adecuada y luego de un reconocimiento adecuado, los componentes de deuda y capital de instrumentos financieros compuestos. Este nuevo pronunciamiento es similar al SFAS 150. “Accounting for Certain Financial Instruments with characteristics of both Liabilities and Equity”, (Registro de Ciertos Instrumentos con Características de Pasivo, de Capital o de ambos) de U.S. GAAP. La Compañía no anticipa que este nuevo estándar tendrá un impacto importante sobre su posición financiera o los resultados.

#### **U.S. GAAP**

El SFAS No 149, “Enmienda al SFAS 133 sobre Instrumentos Derivados y Actividades de Cobertura”, referido en este reporte anual como SFAS No.149. En abril de 2003, el FASB emitió el SFAS No. 149, el cual modifica y aclara el tratamiento contable y los reportes para instrumentos derivados, incluyendo ciertos instrumentos derivados incluidos en otros contratos y para actividades de cobertura bajo el SFAS No. 133. Los cambios en este pronunciamiento mejoran los reportes financieros al requerir que el tratamiento contable de los contratos con características comparables se represente de una manera similar. Este nuevo pronunciamiento será efectivo para contratos celebrados o modificados después del 30 de septiembre de 2003, a excepción de lo que se establece más adelante para relaciones de cobertura de protección designados después del 3 de septiembre de 2003. Además, excepto lo que se menciona a continuación, todas las provisiones de este pronunciamiento se recomienda se aplique de manera anticipada.

Las provisiones de esta norma que se refieren a la implantación del SFAS No. 133 que han sido efectivas para los trimestres fiscales que comenzaron antes del 15 de septiembre de 2003, deberán continuar aplicándose de acuerdo con sus fechas efectivas respectivas. La Compañía estima que la aplicación de este nuevo pronunciamiento no tendrá un impacto importante sobre su posición financiera o en los resultados de operación.

Interpretación del FASB No. 46, “Consolidación de Entidades de Interés Variable” (“FIN 46”). En enero de 2003, el FASB emitió el FIN 46. El FIN 46, el cual aclara la aplicación del *Accounting Research Bulletin* No. 51, “Estados Financieros Consolidados” en ciertas entidades en las que los inversionistas de capital no tienen las características de un interés financiero de control o no tienen suficiente capital en riesgo para financiar sus actividades sin apoyo financiero subordinado adicional de otras partes. El FIN 46 fue efectivo de inmediato para todos los demás intereses variables mantenidos por la Compañía en una entidad de interés variable creada después del 31 de enero de 2003. Para un interés variable mantenido por la Compañía en una entidad de interés variable creada antes del 1 de febrero de 2003, la Compañía deberá aplicar las disposiciones del FIN 46 al 31 de diciembre de 2004. La Compañía no tiene actualmente ningún interés variable en ninguna entidad de interés variable.

## Resultados de las operaciones

La tabla que se muestra a continuación muestra nuestros estados de resultados consolidados para los años que terminaron el 31 de diciembre de 2003, 2002 y 2001:

	Por el año terminado el 31 de diciembre de			
	2003 <sup>(1)(2)</sup>	2003 <sup>(1)</sup>	2002	2001
(millones de dólares estadounidenses o pesos mexicanos constantes al 31 de diciembre de 2003)				
Ingresos:				
Ventas netas.....	\$ 3,158.6	Ps 35,486.8	Ps. 18,518.6	Ps. 17,636.5
Otros ingresos.....	21.6	242.6	148.9	135.1
Ingresos totales.....	3,180.2	35,729.4	18,667.5	17,771.6
Costo de ventas.....	1,600.4	17,980.3	8,680.8	8,255.8
Utilidad bruta.....	1,579.8	17,749.1	9,986.7	9,515.8
Gastos operativos:				
Administrativos.....	207.7	2,333.9	1,474.8	1,357.7
Ventas.....	774.8	8,704.8	3,844.5	3,993.3
	982.5	11,038.7	5,319.3	5,351.0
Amortización del crédito mercantil.....	—	—	40.6	108.3
Utilidad de operación.....	597.3	6,710.4	4,626.8	4,056.5
Resultado integral del financiamiento:				
Gastos financieros.....	(138.1)	(1,551.4)	(348.4)	(343.4)
Productos financieros.....	20.2	227.0	264.0	287.7
Ganancia (pérdida) cambiaria, neta.....	(180.5)	(2,027.9)	249.9	10.3
Ganancia (pérdida) por posición monetaria.....	77.5	870.8	394.8	(84.2)
Total del resultado integral de financiamiento.....	(220.9)	(2,481.5)	560.3	(129.6)
Otros gastos, neto.....	21.2	238.6	614.2	44.2
Utilidad del año antes de impuesto sobre la renta, participación de los trabajadores en las utilidades y cambios en principios constables.....	355.2	3,990.3	4,572.9	3,882.7
Impuesto sobre la renta y participación de los trabajadores en las utilidades.....	147.6	1,658.3	1,912.1	1,526.7
Utilidad del año antes de cambios en principios contables.....	207.6	2,332.0	2,660.8	2,356.0
Cambios en principios contables.....	—	—	—	30.1
Utilidad neta para el año.....	\$ 207.6	Ps. 2,332.0	Ps. 2,660.8	Ps. 2,325.9
Utilidad neta minoritaria.....	1.8	20.2	—	—
Utilidad neta mayoritaria.....	\$ 205.8	Ps. 2,311.8	Ps. 2,660.8	Ps. 2,325.9

(1) Incluye los nuevos territorios adquiridos de Panamco a partir de mayo de 2003.

(2) Conversión de cantidades a U.S. dólares aplicando un tipo de cambio de Ps.11.235 por U.S.\$1.0, únicamente para conveniencia del lector.

## Resultados por Segmento

La siguiente tabla muestra cierta información financiera para cada uno de nuestros segmentos por los años terminados el 31 de diciembre de 2003, 2002 y 2001. Para los años que terminaron el 31 de diciembre de 2002 y 2001 reportamos nuestros resultados de operación en dos segmentos, México y Argentina. Ver nota 24 de nuestros estados financieros consolidados para obtener información más detallada por segmento.

	<b>Año terminado al 31 de diciembre de</b>		
	<b>2003</b>	<b>2002</b>	<b>2001</b>
	(millones de pesos mexicanos)		
<b>Ingresos Netos</b>			
México.....	Ps. 23,683.2	Ps. 16,774.9	Ps. 15,718.6
Centroamérica <sup>(1)</sup> .....	2,182.6	—	—
Colombia.....	2,319.1	—	—
Venezuela.....	2,542.2	—	—
Brasil.....	2,785.8	—	—
Argentina.....	1,973.9	1,743.7	1,917.9
<b>Ingresos Totales</b>			
México.....	Ps. 23,935.2	Ps. 16,843.2	Ps. 15,783.8
Centroamérica <sup>(1)</sup> .....	2,186.5	—	—
Colombia.....	2,319.1	—	—
Venezuela.....	2,544.5	—	—
Brasil.....	2,796.9	—	—
Argentina.....	2,076.9	1,824.3	1,987.8
<b>Utilidad Bruta</b>			
México.....	Ps. 12,844.5	Ps. 9,359.2	Ps. 8,636.6
Centroamérica <sup>(1)</sup> .....	1,087.9	—	—
Colombia.....	1,068.1	—	—
Venezuela.....	1,105.9	—	—
Brasil.....	1,011.0	—	—
Argentina.....	767.6	627.5	879.2
<b>Utilidad de Operación</b>			
México.....	Ps. 5,633.6	4,597.4	Ps. 3,981.0
Centro América <sup>(1)</sup> .....	218.4	—	—
Colombia.....	261.1	—	—
Venezuela.....	231.5	—	—
Brasil.....	149.8	—	—
Argentina.....	215.6	29.4	75.5

(1) Incluye Guatemala, Nicaragua, Costa Rica y Panamá.

## Resultados de Operaciones por el Año Terminado el 31 de Diciembre de 2003 Comparado con el Año Terminado el 31 de Diciembre de 2002.

### Resultados de operación consolidados

**Ventas netas.** Las ventas netas consolidadas aumentaron 91.6% llegando a Ps.35,486.8 en 2003, comparado con Ps.18,518.6 en 2002, debido a la inclusión de las ventas provenientes de los territorios de reciente adquisición durante los ocho meses de 2003 así como al aumento en ventas que tuvo lugar en nuestros territorios previamente existentes en México y Argentina. Los volúmenes de ventas consolidados aumentaron a 1,450.5 millones de cajas unidad para 2003. El precio unitario promedio consolidado por caja disminuyó 18.1%, de Ps.29.86 en 2002 a Ps.24.46 en 2003 debido a la inclusión de nuevos territorios, que tuvieron mayor volumen de ventas en productos de menor rentabilidad.

**Otros Ingresos Operativos.** Otros ingresos operativos aumentaron en un 62.9%, de Ps.242.6 millones de pesos en 2003, comparado con Ps.148.9 millones en 2002. Otros ingresos provienen principalmente de ventas a otros embotelladores de acuerdo a contratos de maquila en Argentina, venta de material de desecho para reciclaje a proveedores de botellas y ventas de materiales para el punto de venta de la operación fountain.

**Costo de Ventas.** El costo de ventas alcanzó Ps.17,980.3 millones en 2003, comparado con Ps.8,680.8 millones en 2002, debido a la inclusión de los resultados de ocho meses de 2003 de los nuevos territorios. Como porcentaje total de ventas, el costo de ventas aumentó 3.8%, reflejando mayor costo de ventas en los territorios recientemente adquiridos debido principalmente a la diferente mezcla de producto y mayores costos de producción. Del mismo modo, nos vimos afectados por el impacto de la devaluación del peso mexicano frente al dólar estadounidense aplicado a los precios de nuestras materias primas pagadas o determinadas de acuerdo al dólar estadounidense.

Los componentes del costo de ventas incluyen materia prima principalmente endulzantes, concentrado, materiales de empaque y agua, gastos de depreciación atribuibles a nuestras instalaciones de producción, salarios y otros gastos de empleados asociados con la mano de obra empleada en nuestras instalaciones de producción así como otros gastos generales. Los precios del concentrado están determinados como un porcentaje del precio de venta al detallista de nuestros productos, neto de impuestos. Ver “Punto 4. Información de la Compañía–La Compañía–Materias Primas”.

**Gastos de Operación.** El gasto de operación consolidado fue de Ps.11,038.7 millones en 2003, como resultado de la inclusión de los resultados de ocho meses de 2003 de los nuevos territorios. Como porcentaje de ventas totales, los gastos de operación aumentaron 2.4% debido a que los costos de distribución en nuestros nuevos territorios es mayor que en nuestros territorios originales así como a la estandarización de las prácticas de mercadotecnia.

Incurrimos en varios gastos relacionados con la distribución de nuestros productos. Incluimos este tipo de costos en el rubro de gastos de venta en nuestro estado de resultados. Durante 2003 y 2002 nuestros costos de distribución fueron de Ps. 2,803.6 millones y Ps.2,099.0 millones, respectivamente. La exclusión de estos costos de nuestro rubro de costo de venta podría significar que las cantidades reportadas como margen bruto no sean comparables al de otras compañías que quizá incluyan todos los gastos relacionados con su red de distribución en costo de ventas al calcular la utilidad bruta (o una medida equivalente).

**Amortización del Crédito Mercantil.** No reconocimos la amortización del crédito mercantil en 2003. En mayo de 2003 consideramos el excedente del precio de compra sobre el valor de mercado de los activos netos adquiridos por la adquisición de Panamco, relacionados con los derechos de producir y distribuir productos marca registrada *Coca-Cola* como activos intangibles con vida útil indefinida. Estos activos intangibles con vida indefinida no se amortizan, pero de manera periódica están sujetos a pruebas de deterioro.

**Utilidad de Operación.** La utilidad operativa consolidada después de la amortización del crédito mercantil fue de Ps.6,710.4 millones en 2003, cuando en 2002 fue de Ps.4,626.8 millones. La utilidad de operación como porcentaje del total de ingresos disminuyó en un 6% en 2003, de 24.8% a 18.8%, debido a la inclusión de nuestros nuevos territorios, lo que ha reducido los márgenes de operación.

**Resultado Integral del Financiamiento.** El término “resultado integral de financiamiento” hace referencia a los efectos financieros combinados del gasto de interés neto o ingreso por intereses, ganancias o pérdidas netas base en el cambio de divisas extranjeras y ganancias o pérdidas netas en la posición financiera. Las ganancias o pérdidas netas sobre cambio de divisas representan el impacto de las variaciones en el tipo de cambio sobre los activos o pasivos denominados en divisas distintas a la moneda local. Una pérdida cambiaria tiene lugar si un pasivo se denomina en una divisa extranjera que se aprecia con relación a la divisa local entre la fecha en que se adquiere el pasivo o a principios del periodo, lo que suceda primero y la fecha en que es repagada o el final del periodo, lo que ocurra primero, ya que la apreciación de la divisa extranjera produce un aumento en la cantidad de moneda local que debe convertirse para el repago de la cantidad específica del pasivo en divisa extranjera. La ganancia o pérdida en posición monetaria se refiere al impacto de la inflación local en los activos y pasivos monetarios.

En 2003 reportamos un gasto de Ps.2,481.5 millones de resultado integral de financiamiento, comparado con la ganancia de Ps.560.3 millones en 2002. Este gasto refleja principalmente nuestra nueva posición financiera después de la adquisición de Panamco y el efecto combinado de lo siguiente:

- gastos de interés acumulado relacionado a la deuda existente y la adquisición del financiamiento en el que se incurrió con relación a la transacción de compra-venta de Panamco que compensó en gran medida el ingreso por intereses generado por nuestra reducción de saldos en efectivo.
- una pérdida cambiaria generada principalmente por la devaluación del peso mexicano frente al dólar estadounidense al aplicarse a nuestra deuda denominada en dólares estadounidenses.
- una ganancia en la posición monetaria consolidada como resultado de los ajustes de inflación aplicados a la posición de pasivos monetarios netos consolidados.

**Otros Gastos.** Otros gastos disminuyeron de Ps.614.2 millones en 2002 a Ps.238.6 millones en 2003 principalmente como resultado del ajuste registrado en 2002 con relación al valor de nuestras operaciones argentinas.

**Impuesto sobre la Renta, Impuesto al Activo y Participación de los Trabajadores en las Utilidades.** El impuesto sobre la renta y la participación de los trabajadores en las utilidades disminuyó de Ps.1,912.1 millones en 2002 a Ps.1,658.2 millones de pesos en 2003. La tasa efectiva consolidada del impuesto sobre la renta, del impuesto al activo y de la participación de los trabajadores en las utilidades fue de 41.6% en 2003, reflejando la tasa de impuesto efectiva en México de 44.0% aplicada a la utilidad antes de impuestos de las operaciones mexicanas, que generaron la mayoría del ingreso gravable durante 2003.

**Utilidad Neta.** La utilidad neta consolidada disminuyó 12.4% en 2003, siendo Ps.2,332.1 millones comparado con Ps.2,660.8 millones. La utilidad por acción fue de Ps.1.36 (U.S. \$1.21 por ADS) calculado sobre la base de 1,704.3 millones de acciones promedio ponderado para el año 2003.

## **Resultados Consolidados de Operaciones por Segmento Geográfico**

### **México**

**Ventas Netas.** Las ventas netas en México fueron de Ps.23,683.2 millones en 2003, comparado con Ps.16,774.9 millones en 2002, principalmente como resultado de la inclusión de los territorios de reciente adquisición durante ocho meses de 2003. El volumen de ventas en México aumentó a 850.1 millones de cajas unidad durante 2003 comparado con 504.7 millones de cajas unidad en 2002. A pesar de que la mayoría de este crecimiento en el volumen de ventas es resultado de la inclusión de los nuevos territorios, el volumen de ventas incrementó por lo siguiente:

- sólido desempeño de nuestras nuevas marcas de sabores, incluyendo *Fanta Multi-sabores*, *Fresca toronja tosa* y *Lift manzana verde*;
- aumento en el volumen de ventas de agua embotellada *Ciel* en su presentación de 5 litros, especialmente en la región central de México; y
- crecimiento de volumen de la marca *Coca-Cola*.

El efecto de este aumento en volumen sobre nuestras ventas netas se vio mitigado por una disminución del precio real promedio por caja unidad en México, que disminuyó a Ps.27.86 en 2003, principalmente por la incorporación de volúmenes de agua en garrafón proveniente de los territorios de reciente adquisición, los cuáles tienen un costo unitario menor y en menor medida el aumento del tamaño de las presentaciones familiares.

**Utilidad de Operación.** La utilidad bruta fue de Ps.12,844.5 millones, siendo un 53.7% de margen como porcentaje de los ingresos totales en 2003. El aumento en el precio de la materia prima, el efecto de la devaluación del peso mexicano respecto al dólar estadounidense sobre nuestra materia prima cuyo precio es pagadero en o determinado con base en el dólar estadounidense, una economía más débil y menor gasto disponible por parte del consumidor, amplificado con la migración de empaques personales a familiares, resultó en una disminución en el margen operativo en 2003. Durante 2003, cerramos las oficinas centrales de Panamco en la Ciudad de México y Miami, consolidamos cuatro plantas de 16 y

consolidamos 29 centros de distribución de 142, introdujimos más de 73,000 nuevos refrigeradores en el mercado y reconfiguramos el sistema de pre-venta y distribución, disminuyendo venta y distribución a través de terceros. La utilidad operativa fue de Ps.5,633.6 millones en 2003, alcanzando un 23.5% como un porcentaje de los ingresos totales.

### **Centroamérica**

**Ventas Netas.** Las ventas netas en Centroamérica fueron de Ps.2,182.6 millones en 2003. Durante este periodo, nuestro precio promedio por caja unidad fue de Ps.29.93. El incremento en el volumen de ventas en Centroamérica en 2003 se debió a:

- sólido desempeño de la categoría de colas, especialmente en nuestros territorios en Guatemala y Nicaragua; y
- aumento en el volumen de ventas del segmento de refrescos en sabores.

El incremento en el volumen de ventas de nuestras principales marcas en presentaciones retornables así como el aumento en las presentaciones de plástico no retornables, contribuyeron a los resultados durante el año.

**Utilidad de Operaciones.** La utilidad bruta fue de Ps.1,087.9 millones en 2003, alcanzando un margen bruto de 49.8% como porcentaje del total de ingresos durante el mismo periodo. Las negociaciones con proveedores y otras iniciativas para reducir costos compensaron el aumento en costos de empaque denominados en dólares estadounidenses durante el año. Cerramos una de las dos plantas en Panamá y consolidamos dos centros de distribución en la región. La utilidad operativa fue de Ps.218.4 millones, alcanzando un margen de utilidad operativa de 9.9% como un porcentaje de los ingresos totales. Consideramos que nuestros territorios en Centroamérica representan oportunidades para desarrollar una base de empaque retornable más efectiva, nuevas alternativas de productos y mejorar las prácticas de ejecución. En Guatemala, sin embargo, nos enfrentamos a un entorno fuertemente competitivo así como a un costo de estructura más caro de lo normal.

### **Colombia**

**Ventas Netas.** Las ventas netas en Colombia fueron de Ps.2,319.1 millones en 2003. Durante este periodo, nuestro precio real promedio por caja unidad fue de Ps.20.32. La caída en el volumen de ventas se debió a:

- bajas ventas de refrescos como resultado de un mercado cada vez más competido con diferentes alternativas de bebidas de bajo precio tales como polvos, jugos naturales y agua de la llave que afectaron a la industria colombiana de refrescos; y
- la reducción en la producción de agua vendida en empaques menos rentables.

**Utilidad de Operaciones.** La utilidad bruta fue de Ps.1,068.1 millones, alcanzando un margen bruto de 46.1% como porcentaje del total de ingresos durante el mismo periodo. Menores volúmenes, mayores costos de empaque y el impacto de la devaluación del peso colombiano frente al dólar estadounidense, aplicado a los gastos denominados en dólares estadounidenses provocaron una disminución en los márgenes. Durante 2003 implementamos un fuerte programa de consolidación de activos buscando aumentar la eficiencia de nuestra red de producción. Convertimos 11 de 17 plantas, en centros de distribución de mayo 2003 a febrero 2004 y también consolidamos cinco centros de distribución como parte de nuestra estrategia, para enfrentarnos a un difícil entorno competitivo. La utilidad operativa fue de Ps.261.1 millones, 11.3% como porcentaje del total de ingresos durante 2003.

### **Venezuela**

**Ventas Netas.** Las ventas netas en Venezuela fueron de Ps.2,542.2 millones en 2003. Durante este periodo, nuestro precio promedio por caja unidad fue de Ps.23.08. Los volúmenes de venta en Venezuela se vieron afectados por:

- inestabilidad política, falta de inventario y una grave recesión económica; y

- cambio en los hábitos de consumo de bebidas debido a la recesión económica del país.

Pudimos mitigar una parte de esta disminución implementando una estrategia de racionalización de activos para aumentar la eficiencia de nuestra red de producción durante el año. Los volúmenes de venta mejoraron ligeramente a finales de 2003 como resultado de nuestras estrategias de empaque y administración de ingresos. El crecimiento del volumen de la marca *Coca-Cola*, parcialmente compensó la disminución en el volumen de marcas de sabores durante el año.

**Utilidad de Operaciones.** La utilidad bruta fue de Ps.1,105.9 millones en 2003, alcanzando un margen bruto de 43.4% como porcentaje del total de ingresos durante el mismo periodo. La inestabilidad política aunada a una importante devaluación del bolívar frente al dólar estadounidense aplicable a la materia prima pagadera en o determinada en dólares estadounidenses así como una grave disminución en la actividad económica del país, provocaron una contracción de más del 10% del Producto Interno Bruto del país, se vieron parcialmente compensados por los aumentos de precio durante el año. Consolidamos de nuevo a seis plantas y dos centros de distribución en 2003. La utilidad operativa alcanzó Ps.231.5 millones, llegando a un 9.1% de margen de operación en 2003.

## Brasil

**Ventas Netas.** Las ventas netas en Brasil fueron de Ps.2,785.8 millones en 2003. Durante este periodo, nuestro precio promedio por caja unidad fue de Ps.15.77. En 2003 implementamos la iniciativa de retomar la pre-venta y de depender menos de mayoristas terceros, para así tener más control sobre los puntos de venta lo cual nos permitirá implementar diferentes estrategias de empaque. Lanzamos doce diferentes SKUs para atacar diferentes ocasiones de consumo, incluyendo *Coca-Cola com Limão* (*Coca-Cola con limón*) y *Kuat Laranja* (sabor guaraná con naranja). Tradicionalmente en Brasil la mayoría del consumo provenía de dos diferentes empaques, lata y botella de 2.0 litros. Ahora, estamos diversificando nuestras presentaciones para incentivar la demanda del consumidor en otros empaques. Por ejemplo, nuestra nueva botella de vidrio no retornable de 12 onzas y nuestra nueva botella de vidrio retornable de 200 ml. ofrecen una combinación de conveniencia y precio razonable para consumo de *Coca-Cola* en el punto de venta. Nuestras nuevas presentaciones PET no retornable de 2.25 litros y 3.0 litros para sabores y marca *Coca-Cola* respectivamente, ofrecen diferentes alternativas de empaque y de estrategias de ventas entre el supermercado y los pequeños detallistas, abriendo una vía para implantar nuestras iniciativas de segmentación y administración de ingresos.

**Utilidad de Operaciones.** La utilidad bruta fue de Ps.1,011.0 millones en 2003, alcanzando un 36.1% como porcentaje del total de ingresos durante 2003. La implementación de nuevas estrategias de comercialización y de desarrollo de puntos de venta, mejoraron nuestra mezcla de empaque y productos durante el año. Consolidamos una de nuestras cuatro plantas durante 2003. La utilidad operativa fue de Ps.149.8 millones, alcanzando un 5.4% como porcentaje a ingresos totales en 2003.

## Argentina

**Ventas Netas.** Las ventas netas en Argentina aumentaron un 13.2% en 2003 alcanzando Ps.1,973.9 millones, comparado con Ps.1,743.8 millones en 2002. Durante 2003, nuestro precio promedio por caja unidad aumentó en un 3.4% a Ps.15.59 comparado con Ps.15.08 pesos mexicanos, como resultado del aumento de precios durante el año y el cambio de mezcla hacia nuestras marcas principales en presentaciones retornables así como nuestras marcas premium, las cuales tienen precios promedio más altos por caja unidad que las marcas de protección de valor.

El volumen de ventas en Argentina aumentó 9.5% alcanzando 126.6 millones de cajas unidad en 2003, comparado con 115.6 millones de cajas unidad en 2002. Creemos que los principales cambios en el volumen en Argentina en 2003 obedecieron a nuestra estrategia de empaque retornable y la recuperación económica de la devaluación del peso argentino en 2002. También experimentamos un cambio de producto de nuestras marcas de protección de valor menos rentables, *Tai* y *Crush*, hacia nuestras principales marcas, *Coca-Cola* y *Fanta*, las cuales aumentaron 15.1% y 40.6% en volumen de ventas, respectivamente y por primera vez más ventas de marcas premium que las de protección de valor, impulsadas por un 10.9% de aumento en el volumen de la marca *Coca-Cola Light* así como la exitosa introducción de *Fanta Light Naranja* durante el año.

**Utilidad de Operaciones.** La utilidad bruta alcanzó Ps.767.6 millones durante 2003, 37.0% como porcentaje a ingresos totales, un incremento de 2.6% comparado con 2002. Este aumento fue principalmente provocado por (i) mayor volumen de ventas, (ii) mayor precio promedio por caja unidad, y, (iii) una apreciación del peso argentino contra el dólar estadounidense aplicado a los gastos y materia prima denominados en dólares estadounidenses. En Argentina los gastos de operación como porcentaje de los ingresos totales disminuyeron 4.4 puntos porcentuales, de 31.0% en 2002 a 26.6% en 2003, principalmente como resultado de la apreciación del peso argentino contra el dólar estadounidense aplicado a gastos pagaderos en o determinados con base en el dólar estadounidense así como estrictas medidas en el control de costos. La utilidad operativa en 2003 en nuestros territorios argentinos alcanzó Ps. 215.6 millones y el margen de operación incrementó de 2.9% en 2002 al 10.4% en 2003.

## **Resultados de las Operaciones para el Año terminado el 31 de Diciembre de 2002 en Comparación con el Año terminado el 31 de Diciembre de 2001**

### **Resultados Consolidados de Operaciones**

**Ventas Netas.** Las ventas netas consolidadas crecieron un 5.3% en 2002, reflejando principalmente el crecimiento de los territorios mexicanos que compensaron el decremento de las ventas netas en Argentina.

**Otros Ingresos Operativos.** Otros ingresos operativos incrementaron 10.2% en 2002, siendo Ps. 148.9 millones. Este incremento refleja principalmente los ingresos obtenidos por los acuerdos de maquila con otros embotelladores de Coca-Cola vecinos en nuestro territorio de Argentina, a través de los cuales maquilamos bebidas para que sean vendidas en sus territorios.

**Costo de Ventas.** Los componentes del costo de ventas incluyen materias primas (principalmente edulcorantes, concentrado de refrescos, materiales de empaque y agua), gastos de depreciación atribuibles a las instalaciones de producción de la Compañía, salarios y otros gastos laborales relacionados con la fuerza laboral de producción y ciertos gastos de fabricación. Los precios de los concentrados de productos de marcas propiedad de The Coca-Cola Company, que son pagados en moneda local, se determinan como un porcentaje del precio de venta de mayoreo, neto de los impuestos aplicables. Ver “Punto 4. Información de la Compañía–La Compañía–Materias Primas.” Como porcentaje de las ventas netas, el costo de ventas durante 2002 permaneció prácticamente estable en comparación con 2001, a 46.5%.

**Gastos de Operación.** Los gastos de operación consolidados durante 2002 disminuyeron 1.6 puntos porcentuales respecto a los ingresos totales a 28.5% de 30.1%. La disminución en términos absolutos se debió a una caída del 3.7% en los gastos de ventas que compensó el 8.6% de incremento de los gastos administrativos. El incremento en los gastos administrativos se debió en parte al aumento de los impuestos de nómina en México de acuerdo a la nueva legislación adoptada a principios de año.

Incurrimos en diversos gastos relacionados con la distribución de nuestros productos. Este tipo de gastos los incluimos en la línea de gastos de venta en nuestro estado de resultados. Durante 2002 y 2001, nuestros costos de distribución fueron de Ps. 2,099.0 millones y Ps. 2,236.4 millones, respectivamente. La exclusión de estos cargos de nuestra línea de costos de ventas puede resultar en cantidades reportadas como utilidad bruta no comparables con otras compañías, que incluyen todos los gastos relacionados con la red de distribución en el costo de ventas cuando obtienen la utilidad bruta (o la medida equivalente).

**Amortización del Crédito Mercantil.** La amortización del crédito mercantil durante el año 2002 fue de Ps. 40.7 millones, comparada con Ps. 108.3 millones en 2001. Debido a la incertidumbre e inestabilidad del entorno económico en Argentina, dimos de baja Ps. 457.2 millones relacionados con el crédito mercantil generado por la adquisición de nuestros territorios en Argentina. Este cargo virtual extraordinario fue registrado en el renglón de “otros gastos, neto” en nuestro estado de resultados consolidado. De acuerdo con los PCGA en México, el valor remanente del crédito mercantil lo seguiremos amortizando en el estado de resultados.

**Utilidad de Operación.** La utilidad de operación consolidada, después de la amortización del crédito mercantil, creció un 14.1% a Ps. 4,626.8 millones en 2002. La utilidad operativa como un porcentaje de las ventas totales incrementó 2.0 puntos porcentuales en 2002, de 22.8% a 24.8%. Este incremento refleja principalmente un decrecimiento de los gastos operativos, un 2.9% de incremento en los precios promedio por caja unidad, una ligera reducción en los costos de venta por caja unidad y

menores gastos de amortización del crédito mercantil debido al cargo virtual extraordinario en julio de 2002, relacionado con el crédito mercantil de nuestras operaciones de Argentina.

**Resultado Integral de Financiamiento.** El término "resultado integral de financiamiento" se refiere a los efectos combinados de gasto y producto financiero neto, ganancias o pérdidas cambiarias netas y ganancias o pérdidas por 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 a la moneda local. Una pérdida cambiaria se genera si un pasivo está denominado en una moneda que se aprecia frente a la moneda local entre el momento en el que se incurre el pasivo o a la fecha de inicio del periodo, lo que ocurra primero, y la fecha en que se paga, o la del fin del periodo, lo que ocurra primero, 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 por posición monetaria se refiere al impacto de la inflación en los activos y pasivos monetarios.

En 2002 reportamos una ganancia de Ps.560.3 millones en el costo integral de financiamiento, comparado con una pérdida de Ps.129.6 millones en 2001. Esto se debió principalmente a:

- la ganancia cambiaria de Ps.250.0 millones en 2002, comparada con la pérdida de Ps.10.3 millones en 2001. En 2002, el peso mexicano y el peso argentino se depreciaron en valor frente al U.S. dólar, resultando en una ganancia cambiaria en nuestra posición en caja en México y Argentina, denominada en U.S. dólar. En 2001, el peso mexicano se apreció en valor frente al U.S. dólar.
- la ganancia en posición monetaria ascendió a Ps.394.8 millones, comparada con una pérdida de Ps. 84.2 millones en 2001. Esta mejora refleja principalmente el efecto de la inflación aplicada a nuestra posición monetaria pasiva neta Argentina. Argentina experimentó una significativa inflación en 2002, opuesta a la deflación en 2001, resultando en una ganancia monetaria en nuestros pasivos en pesos argentinos en 2002 y una pérdida en 2001.

Estos factores compensaron el incremento en los gastos de interés netos de Ps.28.7 millones, los cuáles reflejan principalmente un ligero incremento en el gasto de intereses generado por la devaluación del peso mexicano frente al U.S. dólar y un decremento en los ingresos por intereses generados por la reducción de las tasas de interés aplicadas a nuestro balance en caja.

Desde el 30 de junio de 2002, calculamos nuestra pérdida o ganancia por tipo de cambio de los pasivos en U.S. dólares incurridos en relación con la adquisición de nuestros territorios argentinos, únicamente respecto a la porción no cubiertas de dichos pasivos. De acuerdo a los PCGA mexicanos, la inversión en nuestros territorios argentinos fue designada como cobertura a la deuda incurrida. Al 30 de junio de 2002, los pasivos denominados en dólares relacionados con la adquisición de nuestros territorios argentinos eran de U.S.\$300 millones y la inversión neta en nuestros territorios argentinos era de U.S.\$118.1 millones, resultando en U.S.\$181.5 millones de pasivos no cubiertos. Desde julio de 2002, dejamos de utilizar como cobertura nuestra inversión en nuestros territorios argentinos. Determinamos que nuestras operaciones actuales en Argentina no representan una cobertura natural a este pasivo, principalmente por la volatilidad actual del tipo de cambio y la eliminación de la paridad cambiaria entre el peso argentino y el dólar americano. El Comité de Auditoría de nuestro Consejo de Administración apoyó esta determinación.

**Otros Gastos.** Otros gastos crecieron significativamente desde Ps.44.1 millones en 2001 hasta Ps.614.2 millones en 2002, como resultado de un ajuste al crédito mercantil reconocido durante el tercer trimestre de 2002, por la cantidad de Ps.457.2 millones en relación con el crédito mercantil generado por la adquisición de nuestras operaciones en Argentina y liquidaciones relacionados con ciertas reestructuras en nuestras operaciones de México y Argentina.

**Impuesto sobre la renta, al activo y participación de los trabajadores en las utilidades.** El impuesto sobre la renta, al activo y participación de los trabajadores en las utilidades se incrementaron de Ps.1,526,7 millones en 2001 a Ps.1,912.1 millones en 2002. La tasa efectiva del impuesto sobre la renta, al activo y participación de los trabajadores en las utilidades, aumentó de 39.3% en el año 2001, a 41.8% en 2002. En 2002 nuestra tasa efectiva de impuestos incrementó por el ajuste por la cancelación de crédito mercantil mencionado arriba que no es deducible de impuestos. Excluyendo este cargo, nuestra tasa efectiva de impuestos en 2002 hubiera sido de 38.3%.

**Utilidad Neta.** La utilidad neta mayoritaria incrementó 14.4%, alcanzando los Ps.2,660.8 millones, dando como resultado una utilidad por acción (UPA) de Ps. 1.84 (U.S.\$ 0.17 por ADR).

## Estado de resultados Consolidados por segmento geográfico.

### Mexico

**Ventas Netas.** Las ventas netas crecieron 6.7% en nuestros territorios mexicanos. Durante 2002, el precio real promedio por caja unidad incrementó 1.1%, principalmente debido a los incrementos implementados en el Valle de México durante febrero de 2002. El volumen de ventas en nuestros territorios mexicanos creció un 5.6% llegando a 504.7 millones de cajas unidad durante 2002 representando el 81.3% del total del volumen de ventas. Durante 2002 comparado con 2001, el volumen de ventas en nuestros territorios en México:

- en el segmento de colas creció un 0.8%, alcanzando 362.2 millones de cajas unidad.
- el segmento de sabores incrementó un 12.9%, el volumen fue de 110.9 millones de cajas unidad; y
- el volumen de ventas de Ciel, agua mineral y natural, incrementó 27.4%, siendo 23.9 millones de cajas unidad.

El siguiente cuadro muestra el volumen de ventas y precio unitario promedio para el año 2002 así como el porcentaje de crecimiento respecto al año 2001 en nuestros territorios mexicanos:

	Excluyendo Kin light <sup>(1)</sup>		Incluyendo Kin light <sup>(1)</sup>	
	Total	% Crecimiento	Total	% Crecimiento
Volumen de Ventas <sup>(2)</sup>	498.4	4.3	504.7	5.6
Precio Promedio unitario	Ps. 33.66	2.3	Ps. 33.24	1.1

(1) *Nosotros distribuimos de forma complementaria, Kin light, producto de la marca Coca-Cola, que es un polvo dietético de sabores. Durante el año, proporcionamos como obsequio la bebida en polvo marca Kin light para entender mejor el potencial de esta categoría y evaluar patrones de consumo y estrategias de precio.*

(2) *Millones de cajas unidad.*

Consideramos que los principales impulsores de volumen en los territorios mexicanos durante 2002 fueron:

- el fuerte desempeño de las bebidas de Mundet y del agua embotellada, destacando la nueva presentación de 5.0 lt. para Ciel;
- la continua expansión en el segmento de sabores y las nuevas categorías con la introducción de nuevos productos como *Beat, Mickey Aventuras, Kin Light* y *Nestea*; y
- el modesto crecimiento de volumen de nuestro portafolio de colas.

**Utilidad de Operación.** En México, la utilidad bruta fue de Ps.9,359.2 millones, 55.6% como porcentaje a ingresos totales comparado con 54.7%, debido a la mayor absorción de costos fijos generado por el crecimiento del volumen de ventas. En México, los gastos de ventas como porcentaje de las ventas totales decrecieron ligeramente en 1.2 puntos porcentuales a 28.2%. Esto refleja principalmente el decremento como porcentaje de las ventas totales, del gasto de ventas de 1.3 puntos porcentuales. Los gastos administrativos permanecieron estables en comparación con 2001. La utilidad operativa en 2002 fue de Ps.4,597.4 millones, un margen operativo de 27.3%, un incremento respecto al 25.2% registrado en 2001.

### Argentina

**Ventas Netas.** Las ventas netas en el territorio de Buenos Aires decrecieron 9.1% en 2002, a pesar del 11% de caída en el volumen de ventas. En Buenos Aires, el precio real promedio por caja unidad incrementó un 2.1% en 2002, como resultado del incremento de precios ponderado de 67%

implementado durante el año que compensó el efecto de la inflación y de los precios por caja unidad más bajos generados por el cambio a los empaques retornables. La reducción del 11% en el volumen de ventas refleja la incertidumbre económica en Argentina.

En 2002 respondimos a los retos presentados en el mercado de Argentina con el objetivo de defender el valor de nuestras marcas, recuperar la presencia de mercado de las marcas de precios bajos, extraer flujo de caja positivo y reducir nuestra estructura de costos. Conforme el año avanzó, nuestras estrategias comerciales proporcionaron resultados más favorables, cerrando el año con un crecimiento de volumen de 3% para el cuarto trimestre de 2002. Nuestra principal estrategia comercial fue la de cambiar nuestra mezcla de presentaciones hacia los empaques retornables, los cuáles incrementaron de un 5.8% del volumen total en 2001 a 12.4% en 2002. Este cambio fue guiado por la presentación de 1.25 lt. vidrio retornable para *Coca-Cola*, *Fanta* y *Sprite*, la cual fue introducida durante el segundo trimestre de 2002, representando el 16.6% de nuestro volumen de ventas en Argentina durante el cuarto trimestre de 2002.

**Utilidad de Operación.** La utilidad bruta fue de Ps.627.6 millones, alcanzando un margen de 34.4% en 2002, comparado con 44.2% de 2001. El costo de ventas como porcentaje de las ventas netas durante 2002 creció 9.8 puntos porcentuales a 65.6%. Estos resultados se debieron a los menores volúmenes de ventas, menor absorción de costos fijos, mayores precios de las materias primas, especialmente aquellas denominadas en U.S. dólares, y una mayor carga de depreciación que resulta de la reexpresión a valores de fin de año de nuestros activos denominados en moneda extranjera después de la devaluación significativa del peso argentino. Los gastos de ventas decrecieron un 25.9%, una reducción de 5.8 puntos porcentuales como resultado de menores gastos de mercadotecnia y una reducción de personal combinada con ajustes en los salarios. Los gastos administrativos en nuestro territorio en Argentina, crecieron un 17.2% debido a una mayor depreciación en pesos argentinos relacionada principalmente con contratos de arrendamiento de equipos computacionales denominados en monedas extranjeras, derivada de la devaluación del peso argentino. La utilidad operativa en 2002 fue de Ps.29.4 millones, 1.6% como porcentaje a ingresos totales, un decremento de 2.2 puntos porcentuales comparado con 2001, como resultado de la caída del 11% en el volumen de ventas combinado con gastos administrativos más altos.

## **Liquidez y Recursos de Capital**

**Liquidez.** La principal fuente de nuestra liquidez es el efectivo que se genera de las operaciones. Una gran mayoría de nuestras ventas se realiza en efectivo y el resto con base en crédito a corto plazo. Tradicionalmente hemos sido capaces de confiar en el efectivo que se genera de las operaciones para fondar nuestros requerimientos de capital de trabajo así como gastos de capital. Nuestro capital de trabajo se beneficia del hecho que realizamos nuestras ventas al contado, mientras que pagamos a los proveedores a crédito. Además del efectivo que se genera de las operaciones, hemos utilizado nuevos préstamos para fondar la adquisición de nuevos territorios. Nos hemos basado en la combinación de préstamos de bancos tanto mexicanos como internacionales, préstamos en los mercados de capital internacionales y más recientemente, préstamos en los mercados de capital mexicanos.

Como resultado de la adquisición de Panamco, nuestra deuda total al 31 de diciembre de 2003 era de Ps.29,004 millones comparada con Ps. 3,306 millones al 31 de diciembre de 2002. El efectivo y equivalentes de efectivo al 31 de diciembre de 2003 fue de Ps.2,783 millones comparado con Ps.6,429 millones al 31 de diciembre de 2002. Aproximadamente U.S.\$43 millones en efectivo están sujetos a restricciones como resultado de ciertos contratos de garantía en los que participamos en representación de la deuda de nuestras subsidiarias.

Como parte de nuestras políticas de financiamientos, esperamos continuar financiando nuestras necesidades de liquidez a partir de operaciones con efectivo. Es posible que en el futuro debamos financiar nuestras necesidades de capital de trabajo y gastos de capital con préstamos a corto plazo o de otro tipo, como resultado de las regulaciones en algunos países en donde nosotros operamos, puede no ser benéfico o como en el caso de control de cambio en Venezuela, práctico para nosotros, para remitir el efectivo generado en operaciones locales para fondar requerimientos de efectivo de otros países. En el caso que decidamos fondar nuestros requerimientos de efectivo en un país en particular por medio de préstamos locales, más que enviar fondos desde otro país. Al 31 de diciembre de 2003 teníamos líneas de crédito aprobadas por aproximadamente Ps.2,944 millones, de los cuales Ps.2,039 millones estaban disponibles a dicha fecha. En diciembre 2003 finalizamos un contrato de crédito con The Coca-Cola

Company que nos permite tomar un préstamo, en caso de cumplir ciertas condiciones hasta por la cantidad de U.S.\$250 millones de dólares antes del 20 de diciembre de 2006 para fondar necesidades de capital de trabajo u otras estrategias corporativas en cualquier momento en el que no esté disponible alguna otra de nuestras líneas de crédito existentes.

Continuamente evaluamos diferentes oportunidades de transacciones o de entrar en joint ventures o cualquier otra transacción. Esperamos financiar cualquier adquisición futura con una combinación de efectivo de nuestras operaciones, deuda a largo plazo y capital accionario de nuestra compañía.

**Fuentes y usos del efectivo.** La siguiente tabla resume las fuentes y usos del efectivo de los tres ejercicios que finalizaron el 31 de diciembre de 2003:

<b>Principales fuentes y usos del efectivo</b>				
<b>Año terminado el 31 de diciembre</b>				
<b>(millones de pesos de poder adquisitivo al 31 de diciembre de 2003).</b>				
	<b>2003</b>	<b>2003</b>	<b>2002</b>	<b>2001</b>
Recursos netos generados por operaciones.....	\$ 223.9	Ps. 2,516.0	Ps. 4,005.0	Ps. 3,520.1
Recursos netos utilizados en actividades de inversión <sup>(1)(2)</sup> .....	(2,809.0)	(31,558.8)	(1,409.7)	(865.3)
Recursos netos obtenidos de (utilizados en) actividades de financiamiento <sup>(2)</sup> .....	2,260.5	25,396.6	(272.3)	474.6
Dividendos declarados y pagados.....	-	-	(608.3)	(331.5)

(1) Incluye propiedad, planta y equipo más cargos diferidos e inversión en acciones.

(2) Para 2003, refleja la inversión en acciones de Panamco por la cantidad de Ps.29,648 millones.

### Obligaciones contractuales

La tabla que se muestra a continuación muestra nuestras obligaciones contractuales al 31 de diciembre de 2003.

<b>Al 31 de diciembre de 2003</b>					
<b>(cantidades en millones de pesos mexicanos)</b>					
<b>Obligaciones Contractuales</b>	<b>Vencimiento menor a 1 año</b>	<b>Vencimiento de 1-3 años</b>	<b>Vencimiento de 4-5 años</b>	<b>Vencimientos mayores a 5 años</b>	<b>Total</b>
Obligaciones contractuales por deuda de largo plazo .....	1,238.2	12,623.3	8,430.4	4,932.8	27,224.7
Obligaciones contractuales por arrendamientos financieros .....	7.6	15.1	9.4	-	32.1
Obligaciones contractuales por arrendamientos operativos .....	173.3	313.6	290.4	272.9	1,050.2
Total.....	1,419.1	12,952.0	8,730.2	5,205.7	28,307.0

## Estructura de deuda

El 31 de diciembre de 2003 teníamos efectivo y equivalentes de efectivo por la cantidad de Ps.2,783.2 millones (U.S.\$247.7 millones), el total de la deuda a corto plazo era de Ps.2,963 millones (U.S.\$263.7 millones) y deuda a largo plazo por la cantidad de Ps.26,041.3 millones (U.S.\$2,317.8 millones). La tabla que se muestra a continuación muestra el desglose de la deuda actual de la Compañía y sus subsidiarias por divisa y tasa de interés al 31 de diciembre de 2003.

Moneda	% Deuda total	% Tasa de interés flotante	Tasa promedio <sup>(1)</sup>
Dólares	42%	5%	5.90%
Pesos Mexicanos	56%	56%	7.41%
Pesos Colombianos	2%	100%	10.34%

(1) Tasa de interés promedio anualizada por divisa al 31 de diciembre de 2003

## Resumen de instrumentos de deuda significativos

A continuación se muestra un breve resumen al 31 de diciembre de 2003 de nuestra deuda significativa a largo plazo con convenios restrictivos.

*Pagarés senior al 9.40% sin garantía con vencimiento en 2004.* El 26 de agosto de 1994, firmamos un contrato para la compra de pagarés para el que emitimos pagarés senior del 9.4% sin garantía con fecha de vencimiento 2004 por la cantidad de \$100 millones de dólares estadounidenses. Este contrato de compra de pagarés nos impuso ciertas condiciones en caso de consolidación o fusión así como restricciones sobre los gravámenes y transacciones de venta y contratos de venta y arrendamiento, ventas de activos y endeudamiento de las subsidiarias. También se hizo necesario que mantuviéramos una proporción de préstamos netos consolidados para el patrimonio consolidado y un nivel mínimo de patrimonio. Además, en caso de un cambio de control, que se define como la incapacidad de The Coca-Cola Company para mantener al menos el 25% de nuestro capital accionario con derecho a voto, sería necesario que presentáramos una oferta para realizar el pre-pago de los pagarés a valor nominal.

*Pagarés al 8.95% con vencimiento en 2006.* El 28 de octubre de 1996 firmamos un contrato de acuerdo con el cual emitimos pagarés al 8.95% con vencimiento en 2006 por la cantidad de U.S.\$200 millones. El contrato impone ciertas condiciones en caso de que lleváramos a cabo una consolidación o fusión y restringe la incurrencia en gravámenes y transacciones de venta y de regresar arrendamientos. Además, en caso de un cambio de control, que se define como la incapacidad de The Coca-Cola Company para mantener al menos el 25% de nuestro capital accionario con derecho a voto, sería necesario que presentáramos una oferta para la recompra de los pagarés a valor nominal.

*Pagarés senior al 7.25% con vencimiento en 2009.* El 11 de julio de 1997 nuestra subsidiaria Panamco emitió pagarés senior al 7.25% con vencimiento en 2009 de los que U.S.\$290 millones de dólares seguía vigente al 31 de diciembre de 2003. Garantizamos esos pagarés el 15 de octubre de 2003. El contrato implica varias condiciones en caso de que nosotros o Panamco sufriéramos una consolidación o fusión y restringe la incurrencia de gravámenes y transacciones de venta y retroarriendo.

*Créditos.* El 23 de abril de 2003, firmamos un Contrato de Crédito de acuerdo con el cual obtuvimos un préstamo por la cantidad de:

- Ps.\$2,741.3 millones con vencimiento a cinco años con amortizaciones semi-anales a partir del mes 30 de la fecha del crédito,
- U.S.\$298.5 millones con vencimiento a tres años, y
- U.S.\$208.5 millones con vencimiento a cinco años.

El contrato de Crédito tiene restricciones sobre gravámenes, cambios fundamentales como fusiones y venta de ciertos activos, nuestra capacidad de incurrir en restricciones sobre la capacidad de nuestras subsidiarias de pagar dividendos y deuda. Además se nos exige mantener un índice de cobertura de gastos de intereses mínimo y cumplir con un índice de apalancamiento máximo. Finalmente, existe un

caso de incumplimiento si hubiera un cambio de control, definido como la incapacidad de The Coca-Cola Company de mantener al menos del 25% de nuestro capital accionario con derecho a voto.

*Certificados Bursátiles.* Durante 2003, establecimos un programa y emitimos los siguientes certificados bursátiles en los mercados de capital mexicanos:

<b>Fecha de emisión</b>	<b>Vencimiento</b>	<b>Monto</b>	<b>Tasa</b>
2003.....	2005	Ps. 2,750 millones	TIE 28 días + 55 Pts base
2003.....	2007	Ps. 2,000 millones	TIE 28 días + 55 Pts base
2003.....	2008	Ps. 1,250 millones	CETE 182 días + 120 Pts base
2003.....	2008	Ps. 2,500 millones	CETE 91 días + 115 Pts base
2003.....	2009	Ps. 500 millones	9.90% fija
2003.....	2010	Ps. 1,000 millones	10.4% fija

(1) TIE es la tasa interbancaria de equilibrio mexicana

(2) CETE son los Certificados de la tesorería emitidos por el gobierno mexicano

Los certificados bursátiles contienen restricciones sobre la incurrencia en gravámenes y se dan por terminados en caso de incumplimiento, incluyendo un cambio de control, definido como al incapacidad de The Coca-Cola Company de mantener al menos el 25% de nuestro capital accionario con derecho a voto.

Consideramos que actualmente cumplimos con todas las restricciones de los contratos, aunque un deterioro significativo o prolongado de los resultados de nuestras operaciones consolidados podría ocasionar el incumplimiento de ciertas restricciones de la deuda. No podemos garantizar que incurriremos en nueva deuda en el futuro o que refinanciamos la deuda existente en terminos similares.

#### **Transacciones fuera de balance**

No tenemos ningún acuerdo fuera de balance.

#### **Contingencias**

Enfrentamos varias contingencias de pérdida para las cuales se cuenta con reservas registradas en los casos donde creemos que existe la posibilidad de obtener una resolución desfavorable. Ver la sección "Procedimientos Judiciales". La mayoría de estas contingencias se han registrado como reservas contra el valor de los intangibles. Cualquier cantidad que debiera pagarse en relación con la pérdida en estas contingencias será pagada con el efectivo disponible.

#### **Inversiones en Capital**

La siguiente table muestra nuestros gastos de capital (antes de ventas de propiedades, plantas y equipo) para los periodos indicados consolidados y por segmento:

	<b>Inversiones en Capital Consolidadas</b>		
	<b>Por el año terminado el 31 de diciembre de,</b>		
	<b>2003</b>	<b>2002</b>	<b>2001</b>
	<b>(millones de pesos mexicanos constants al 31 de diciembre de 2003)</b>		
<b>Total</b>			
Plantas and distribución.....	Ps. 1,205.2	Ps. 565.6	Ps. 589.8
Botellas.....	349.7	292.5	181.1
Cargos diferidos y otras inversiones.....	355.5	520.5	229.0
Total.....	<u>Ps. 1,910.4</u>	<u>Ps. 1,409.7</u>	<u>Ps. 999.9</u>

## Inversiones en Capital por Segmento

	<b>Por el año terminado al 31 de diciembre de,</b>		
	<b>2003</b>	<b>2002</b>	<b>2001</b>
	<b>(millones de pesos mexicanos constants al 31 de diciembre de 2003)</b>		
México .....	Ps. 1,431.2	Ps. 1,328.3	Ps. 966.6
Centro América .....	162.9	—	—
Colombia .....	1.0	—	—
Venezuela .....	44.7	—	—
Brasil .....	165.6	—	—
Argentina .....	105.0	81.4	33.3
<b>Total .....</b>	<b>Ps. 1,910.4</b>	<b>Ps. 1,409.7</b>	<b>Ps. 999.9</b>

Nuestros gastos de capital en 2003 se enfocaron en integrar nuestros nuevos territorios, colocar equipo de refrigeración en detallistas e invertir en botellas y cajas retornables, aumentar la eficiencia operativa de las plantas productivas, mejorar la eficiencia de nuestra infraestructura de distribución y modernizar la tecnología de la información. A través de estas inversiones nos esforzamos para mejorar nuestros márgenes operativos y rentabilidad en general.

En relación a la integración continua de nuestros nuevos territorios, consideramos que nuestra inversión en 2004 será de aproximadamente Ps.3,300 millones. En base a nuestra experiencia gestionando activos de bebidas no alcohólicas, no consideramos que sea necesario invertir dicha cantidad por completo. Nuestra inversión en 2004 principalmente se destinará a:

- inversiones en botellas y cajas retornables;
- inversiones de mercado (principalmente para la colocación de equipo de refrigeración);
- integración de las operaciones dentro de nuestros territorios, incluyendo gastos necesarios para homologar nuestros sistemas de información, remplazar vehículos viejos de reparto y reparación de equipo en plantas y centros de distribución, y
- mejora en las plantas productivas.

Estimamos que la mayoría del presupuesto de inversiones para 2004 será gastado en nuestros territorios mexicanos. Creemos que los fondos generados internamente serán suficientes para satisfacer nuestros requisitos de inversión y capital de trabajo para 2004. Nuestro plan de inversiones para 2004 está sujeto a cambios sobre la base de condiciones del mercado y otras, de nuestros resultados de las operaciones y recursos financieros. Nuestra capacidad para incurrir en deuda es limitada. Ver “-Liquidez” y “-Obligaciones Contractuales”. También esperamos incurrir en otros costos en efectivo en conexión con la integración de nuestros nuevos territorios para reducir los costos totales en el futuro. También esperamos financiar estos costos con efectivo de nuestras operaciones.

Históricamente, The Coca-Cola Company ha contribuido a nuestro programa inversiones. Generalmente utilizamos estas contribuciones para la colocación de equipos de refrigeración en nuestros clientes y otras iniciativas de impulso de volumen que fomenten el crecimiento del volumen de bebidas de marcas Coca-Cola. Dichos pagos pueden dar como resultado una reducción en los gastos de ventas de la Compañía. Las contribuciones de The Coca-Cola Company se hacen con carácter discrecional. Aun cuando creemos que The Coca-Cola Company hará contribuciones adicionales en el futuro para ayudar a nuestro programa de inversiones, no podemos dar ninguna garantía de que se hagan.

Continuamente evaluamos diferentes oportunidades de adquisiciones o de entrar en joint ventures o cualquier otra transacción. Esperamos financiar cualquier adquisición futura con una combinación de efectivo de nuestras operaciones, deuda a largo plazo y capital accionario de nuestra compañía.

### **Actividades de Cobertura.**

Nuestras actividades requieren el tener o emitir instrumentos derivados para cubrir nuestra exposición a riesgos del mercado relacionados con tasas de interés, tipos de cambio, riesgos de capital y

precios en los commodities. Ver “Punto 11. Revelaciones cuantitativas y cualitativas sobre riesgo de mercado”.

La siguiente tabla proporciona un resumen del valor de mercado de los instrumentos derivados al 31 de diciembre de 2003. El valor de mercado es obtenido principalmente de fuentes externas, las cuales son nuestra contraparte en los contratos.

<b>Valor de Mercado</b>					
<b>al 31 de Diciembre de 2003</b>					
<b>(millones de pesos mexicanos constantes)</b>					
	<b>Vencimiento menor a 1 año</b>	<b>Vencimiento de 1-3 años</b>	<b>Vencimiento de 4-5 años</b>	<b>Vencimiento mayor a 5 años</b>	<b>Valor de Mercado total</b>
Precios cotizados por Fuentes externas ...	(71.0)	(29.0)	(71.2)	—	(171.2)

### **Conciliación de principios estadounidenses**

Las principales diferencias entre los principios mexicanos y los principios estadounidenses que afectan a nuestra utilidad neta y capital contable se relacionan con la contabilidad de:

- impuestos diferidos y participación de los trabajadores en las utilidades;
- gastos promocionales diferidos;
- amortización del Crédito Mercantil;
- instrumentos financieros; y
- capitalización de gastos de intereses.

Una descripción más detallada de las diferencias entre los principios mexicanos y los principios estadounidenses así como la relación con nosotros y una conciliación de la utilidad neta mayoritaria y del capital contable bajo los principios contables mexicanos la utilidad neta y capital accionario de conformidad con principios estadounidenses, está contenida en las Notas 25 y 26 a nuestros estados financieros consolidados.

De conformidad con los principios mexicanos, nuestros estados financieros consolidados reconocen ciertos efectos inflacionarios de conformidad con el Boletín B-10 y B-12. Estos efectos no son eliminados en la conciliación a principios estadounidenses.

Bajo principios estadounidenses tuvimos una utilidad neta de Ps. 2,298.4 millones en 2003, Ps. 2,392.1 millones de 2002 y Ps. 8,208.5 millones en 2001. La utilidad neta de acuerdo a principios estadounidenses respecto a la utilidad neta reportada bajo principios mexicanos es menor por Ps. 13.4 millones en 2002 y menor por Ps.36.4 millones en 2002 y mayor por Ps. 66.2 millones en 2001.

El capital contable bajo principios estadounidenses fue de Ps. 22,048.9 millones en 2003, Ps. 9,294.4 millones en 2002 y Ps.8,208.5 millones en 2001. Comparado con los principios mexicanos, el capital contable de conformidad con principios estadounidenses fue menor por Ps.604.2 millones en 2003, Ps. 373.7 millones menor en 2002 y mayor por Ps.45.3 millones en 2001.

## **Punto 6. Consejeros, Funcionarios y Empleados**

### **Consejeros**

La administración de nuestra empresa le ha sido asignada a nuestro Consejo de Administración. Los estatutos de la Compañía estipulan que el Consejo de Administración constará, como mínimo, de 18 consejeros elegidos en la Asamblea Anual Ordinaria de Accionistas por plazos renovables de un año. Nuestro Consejo de Administración consta actualmente de 18 consejeros y sus respectivos suplentes. Los consejeros son elegidos como sigue: 11 consejeros y sus respectivos consejeros suplentes son elegidos por los tenedores de Acciones Serie A votando como una clase; cuatro consejeros y cuatro consejeros suplentes son elegidos por los tenedores de Acciones Serie D votando como una clase; y tres consejeros y sus respectivos consejeros suplentes son elegidos por los tenedores de Acciones de la Serie L votando como una sola clase. Los consejeros sólo pueden ser elegidos por la mayoría de los accionistas de las series apropiadas, votando como una clase, representados en la junta de accionistas.

Además, los tenedores de cualquiera de las series de nuestras acciones que no voten en favor de los consejeros elegidos, tienen derecho actuando de forma individual o junto con los otros accionistas de cualquier serie que estén en desacuerdo, a elegir un consejero adicional y al consejero suplente correspondiente por cada 10% de nuestras acciones de capital social en circulación mantenidas por dicho accionista o grupo de accionistas en desacuerdo. Estos consejeros y consejeros suplentes, elegidos por los accionistas en desacuerdo se considerarán adicionalmente a los elegidos por la mayoría de los tenedores de las Acciones Serie A, Serie D y Serie L.

Nuestros estatutos estipulan que el consejo de administración se reunirá al menos cuatro veces al año. Las acciones del consejo de administración deben ser aprobadas por al menos la mayoría de los consejeros presentes y que voten, lo cual (excepto bajo ciertas circunstancias) debe incluir al menos dos consejeros elegidos por Accionistas de la Serie D. Ver “Punto 7. Principales Accionistas y Operaciones con Partes Relacionadas —El Acuerdo de Accionistas”.

Ver “Punto 7. Principales Accionistas y Operaciones con Partes Relacionadas.” para información de nuestra relación con ciertos consejeros y ejecutivos.

Al 15 de marzo de 2004, nuestro consejo de administración incluía los siguientes miembros (incluyendo consejeros suplentes):

#### **Consejeros Series “A”**

José Antonio Fernández Carbajal <sup>(1)</sup> <i>Consejero</i>	Fecha de nacimiento:	Febrero 1954
	Electo por primera vez:	1993
	Expira:	2005
	Ocupación Principal:	Presidente Ejecutivo, FEMSA
	Otros cargos:	Presidente del Consejo de FEMSA, Vice-Presidente del Consejo del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, al cual nos referimos como ITESM, miembro del Consejo de Administración de Grupo Financiero BBVA Bancomer, S.A. de C.V. , al cual nos referimos como Grupo Financiero BBVA Bancomer y Grupo Industrial Bimbo, S.A. de C.V., al que nos referimos como Grupo Industrial Bimbo.

Alfonso Garza Garza<sup>(2)</sup>  
*Consejero*

Experiencia de negocios: Ha ejercido como director en la división comercial de FEMSA Cerveza y en la cadena de tiendas OXXO. Su experiencia ha sido en las áreas de planeación estratégica de FEMSA y ha estado involucrado en diferentes aspectos administrativos y operativos en los negocios de FEMSA.

Estudios: Ingeniero Industrial y MBA del ITESM.

Suplente: Alfredo Livas Cantú

Fecha de nacimiento: Julio 1962

Electo por primera vez: 1996

Expira: 2005

Ocupación Principal: Director General, Femsa Empaques

Otros Cargos: Consejero suplente de FEMSA y miembro del Consejo de Administración del Hospital San José, CAINTRA N.L., COMCE Noreste, Premio Eugenio Garza Sada y CONACEX Noreste.

Experiencia de negocios: Tiene experiencia en diferentes unidades de negocio y departamentos de FEMSA, incluyendo Ventas Domésticas e Internacionales, Abastecimientos y Mercadotecnia principalmente en Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, S.A. de C.V., en división de Empaques de FEMSA, y fue Director General de Grafo Regia, S.A. de C.V.

Estudios: Ingeniero Industrial del ITESM y tiene un MBA del Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresa, al cual nos referimos como IPADE.

Suplente: Mariana Garza Gonda

José Luis Cutrale  
*Consejero*

Fecha de nacimiento: Septiembre 1946

Electo por primera vez: 2004

Expira: 2005

Ocupación Principal: Director General de Sucocitrico Cutrale Ltda.

Otros Cargos: Miembro del Consejo de Administración de Cutrale North America, Inc., Cutrale Citrus Juice, Inc. y de Citrus Products, Inc.

	Experiencia de Negocios:	Socio fundador de Sucocitrico Cutrale Ltda. y miembro de ABECITRUS (Asociación Brasileña de Exportadores de Cítricos) y del CDES (Consejo del Gobierno Brasileño para el Desarrollo Económico y Social)
	Suplente:	José Luis Cutrale, Jr.
Carlos Salazar Lomelín <i>Consejero</i>	Fecha de nacimiento:	Abril 1951
	Electo por primera vez:	2001
	Expira:	2005
	Ocupación Principal:	Director General, Coca-Cola FEMSA.
	Otros cargos:	Miembro del Consejo de Revisión de Grupo Financiero BBVA Bancomer, Afore y Seguros BBVA Bancomer, Operadora Merco, S.A. de C.V., Cintermex & Apex, y en el Premio Eugenio Garza Sada.
	Experiencia de negocios:	Director General, FEMSA Cerveza. Ha desempeñado cargos en diferentes unidades de negocio de FEMSA, incluyendo Grafo Regia, Plásticos Técnicos Mexicanos, FEMSA Cerveza Export, Planeación Comercial en Grupo Visa.
	Estudios:	Licenciado en Economía del ITESM, post grado en Desarrollo Económico del Instituto di Studio per lo Suiiluppo y Cassa di Risparino delle Provincie Lombarda y MBA del ITESM
	Suplente:	Ricardo González Sada
Ricardo Guajardo Touché <i>Consejero</i>	Fecha de nacimiento:	Mayo 1948
	Electo por primera vez:	1993
	Expira:	2005
	Ocupación Principal:	Presidente del Consejo, Grupo Financiero BBVA Bancomer.
	Otros Cargos:	Miembro del Consejo de Administración de El Puerto de Liverpool, S. A. de C.V., Transportación Marítima Mexicana, S.A. de C.V., Grupo Industrial Alfa, S.A. de C.V., Grupo Aeroportuario del Sureste, S.A. de C.V. e ITESM. Consejero ejecutivo de Grupo AXA y Grupo VAMSA.
	Experiencia de Negocios:	Ha desempeñado diversas posiciones en el Grupo Visa.
	Estudios:	Ingeniero Eléctrico del ITESM y de la Universidad de Wisconsin y Maestría de la Universidad de Berkeley en California.
	Suplente:	Max Michel Suberville

Alfredo Martínez Urdal  
*Consejero*

Fecha de nacimiento: Septiembre, 1931  
Elegido por primera vez: 1993  
Expira: 2005  
Ocupación Principal: Director General Adjunto, FEMSA  
Otros Cargos: Miembro de los Consejos de Administración de BBVA Bancomer S.A. y Grupo Financiero BBVA Bancomer, S.A. de C.V.  
Experiencia de Negocios: Fue Director General de Coca-Cola FEMSA, y de FEMSA Cerveza.  
Estudios: Título en Economía del Western Reserve University, título en Leyes de la Universidad Nacional Autónoma de México, a la cual nos referimos como UNAM, y además posee un título de la Escuela de Negocios de Harvard.  
Suplente: Bárbara Garza Gonda

Federico Reyes Garcia  
*Consejero*

Fecha de nacimiento: Septiembre 1945  
Electo por primera vez: 1993  
Expira: 2005  
Ocupación Principal: Vice-Presidente Ejecutivo de Planeación y Finanzas de FEMSA  
Otros Cargos: Vicepresidente del Consejo de Administración de Seguros Monterrey New York Life, presidente del Consejo de Revisión de Fianzas Monterrey. Consejero de Desarrollo Corporativo de FEMSA y de Corporate Staff de Grupo AXA, el mayor productor de equipo eléctrico.  
Experiencia de Negocios: Amplia experiencia en el sector de seguros.  
Estudios: Licenciado en Administración y Finanzas del ITESM.  
Suplente: Alejandro Bailleres Gual

Eduardo Padilla Silva  
*Consejero*

Fecha de nacimiento: Enero 1955  
Elegido por primera vez: 1997  
Expira: 2005  
Ocupación Principal: Director General, FEMSA Comercio.  
Otros cargos: Miembro del consejo de administración del Club Industrial, Casino de Monterrey y de la Asociación Nacional de Tiendas de Conveniencia y Departamentales.

Armando Garza Sada <sup>(2)</sup> <i>Consejero</i>	Experiencia de negocios:	Se desempeñó en diferentes cargos en Grupo Alfa, Director General de la división de Negocios Estratégicos de FEMSA, Director de Planeación y Control de FEMSA y Director General de Terza, S.A. de C.V.
	Estudios:	Ingeniero Mecánico del ITESM y MBA de la Universidad de Cornell.
	Suplente:	Francisco José Calderón Rojas
	Fecha de nacimiento:	Junio 1957
	Electo por primera vez:	1998
	Expira:	2005
	Ocupación Principal:	Director General, Versax, S.A. de C.V.
	Otros Cargos:	Miembro del Consejo de Administración de Alfa, Bain & Company México, Especialidades Cerveceras, S.A. de C.V., Gigante, Lamosa, Liverpool, MVS e ITESM.
	Experiencia de Negocios:	Fue Presidente de Sigma, la división de alimentos de Alfa. Ha tenido también otras posiciones ejecutivas en Alfa entre las que se incluyen: Vicepresidente de Planeación Corporativa y Presidente de Polioles (empresa petroquímica en conjunto con BASF).
	Estudios:	Título en Administración del Massachusetts Institute of Technology y un MBA de Stanford Graduate School of Business
	Suplente:	Francisco Garza Zambrano
Daniel Servitje Montul <i>Consejero</i>	Fecha de nacimiento:	Abril 1959
	Electo por primera vez:	1998
	Expira:	2005
	Ocupación Principal:	Director General, Grupo Industrial Bimbo.
	Otros Cargos:	Miembro del Consejo de Administración de Banco Nacional de México, Grupo Bimbo y Transforma México.
	Experiencia de negocios:	Vicepresidente de Grupo Bimbo, S.A. de C.V.
	Estudios:	Título en Administración de Empresas de la Universidad Iberoamericana en México y una MBA de la Universidad de Stanford en California.
	Suplente:	Guillermo Chávez Eckstein
Enrique Senior <i>Consejero</i>	Fecha de nacimiento:	Agosto 1943
	Electo por primera vez:	2004
	Expira:	2005

Ocupación Principal: Banquero de Inversión, Allen & Company LLC.  
 Otros Cargos: Miembro del Consejo de Administración de Televisa y de Premier Retail Networks.  
 Experiencia de Negocios: Ha proporcionado asesoría financiera a FEMSA y Coca-Cola FEMSA.  
 Suplente: Herbert Allen III

**Consejeros Series “D”**

Gary Fayard  
*Consejero*

Fecha de nacimiento: Abril 1952  
 Electo por primera vez: 2003  
 Expira: 2005  
 Ocupación Principal: Director de Finanzas y Administración, The Coca-Cola Company  
 Otros Cargos: Miembro del Consejo de Administración de Coca-Cola Enterprises y Coca-Cola Sabco.  
 Experiencia de Negocios: Vice-Presidente Senior de The Coca-Cola Company y anterior socio de Ernst & Young LLP  
 Estudios: Contador Publico Certificado de la Universidad de Alabama  
 Suplente: David Taggart

Steven J. Heyer  
*Consejero*

Fecha de nacimiento: Junio 1952  
 Electo por primera vez: 2002  
 Expira: 2005  
 Ocupación Principal: Presidente y Director de Operaciones de The Coca-Cola Company y responsable de las unidades operativas de The Coca-Cola Company en Latinoamérica.  
 Experiencia de Negocios: Fue Presidente y Director de Operaciones de Coca-Cola Ventures y Turner Broadcasting System, Presidente y Director de Operaciones de Young and Rubicam Advertising y Vicepresidente Senior y Socio Ejecutivo de Booz, Allen & Hamilton  
 Suplente: Patricia Powell

Charles H. McTier  
*Consejero*

Fecha de nacimiento: Enero 1939  
 Electo por primera vez: 1998  
 Expira: 2005  
 Ocupación Principal: Presidente, Robert W. Woodruff Foundation, Inc.  
 Otros Cargos: Miembro del Consejo de Administración de SunTrust Bank of Georgia.

Eva Garza Gonda de Fernández <sup>(3)</sup> <i>Consejero</i>	Experiencia de Negocios:	Presidente de Joseph B. Whitehead Foundation, Inc., The Lettie Pate Evans Foundation, Inc., Lettie Pate Whitehead Foundation, Inc., Robert W. Woodruff Health Sciences Fund, Inc. y Ichauway Inc. y Vice-Presidente de Commerce Club in Georgia.
	Estudios:	Título en Administración de Empresas de la Universidad de Emory
	Suplente:	Dan Palumbo
	Fecha de nacimiento:	Abril 1958
	Electo por primera vez:	2002
	Expira:	2005
	Ocupación Principal:	Presidente, Alternativas Pacíficas, A.C.
	Otros Cargos:	Consejera Suplente de FEMSA
	Experiencia de Negocios:	Asesora del ITESM.
	Estudios:	Título en Ciencias de la Comunicación del ITESM.
Suplente:	Deval L. Patrick	

#### **Consejeros Series "L"**

Alexis E. Rovzar de la Torre <i>Consejero</i>	Fecha de nacimiento:	Julio 1951
	Electo por primera vez:	1993
	Expira:	2005
	Ocupación Principal:	Socio Ejecutivo, White & Case, S.C.
	Otros Cargos:	Miembro del Consejo de Administración de FEMSA, Deutsche Bank (México), Grupo Industrial Bimbo, Grupo ACIR, S.A. de C.V., Comex, S.A. de C.V., Comsa y Ray & Berndtson
	Experiencia de Negocios:	Ha participado en numerosas transacciones internacionales, como asociaciones, intercambios de deuda por capital y muchos otros proyectos financieros.
	Estudios:	Título en Leyes de la UNAM.
	Suplente:	Arturo Estrada Treanor
	Fecha de nacimiento:	Febrero 1940
	Electo por primera vez:	2003
Expira:	2005	
Ocupación Principal:	Consultor Independiente	
Otros Cargos:	Miembro del Consejo de Administración de FEMSA y de FEMSA Cerveza.	
Experiencia de Negocios:	Fue Socio Director de Ruíz, Urquiza y Cía., S.C.	
Suplente:	Helmut Paul	

Francisco Zambrano Rodríguez <i>Consejero</i>	Fecha de nacimiento:	Enero 1953
	Electo por primera vez:	2003
	Expira:	2005
	Ocupación Principal:	Vice-Presidente, Desarrollo Inmobiliario y de Valores, S.A. de C.V.
	Otros Cargos:	Miembro del Consejo de Administración de Desarrollo Inmobiliario y de Valores, S.A. de C.V., e Internacional de Inversiones, S.A. de C.V.
	Experiencia de Negocios:	Tiene amplia experiencia en banca de inversión y dando servicios de inversión privada en México.
	Suplente:	Karl Frei

<sup>(1)</sup> Yerno de Eugenio Garza Lagüera.

<sup>(2)</sup> Sobrino de Eugenio Garza Lagüera.

<sup>(3)</sup> Hija de Eugenio Garza Lagüera y esposa de José Antonio Fernández Carbajal.

Eugenio Garza Lagüera es el Presidente Honorario Vitalicio (no-voto) de nuestro Consejo de Administración. Carlos Eduardo Aldrete Ancira es el Secretario del Consejo de Administración y el Secretario suplente es David A. González Vessi.

### **Comisarios**

De acuerdo con las leyes mexicanas, un comisario debe ser electo por los accionistas en una Asamblea Ordinaria por un periodo de un año. Actualmente tenemos dos comisarios, uno elegido por los accionistas de la Serie A y otro por los accionistas de la Serie D, y dos comisarios suplentes, uno seleccionado por los accionistas de la Serie A y otro por los accionistas de la Serie D. La ley mexicana exige que los comisarios reciban reportes mensuales del consejo de administración en relación con aspectos importantes de los asuntos de nuestra compañía, incluida nuestra condición financiera. La principal función de los comisarios es reportar a nuestros accionistas en la Asamblea Ordinaria Anual de Accionistas en cuanto a la exactitud de la información financiera presentada a tales comisarios por el Consejo de Administración. El comisario de la Serie A es Ernesto González Dávila y Fausto Sandoval Amaya es de la Serie D. El comisario suplente de la Serie A es Ernesto Cruz Velásquez de León y el comisario suplente de la Serie D es Humberto Ortiz Gutiérrez.

## Funcionarios

La siguiente tabla muestra nuestros principales funcionarios de nuestra compañía al 15 de marzo de 2004.

Carlos Salazar Lomelín <i>Director General</i>	Fecha de Nacimiento:	Abril 1951
	Ingreso a KOF:	2000
	Fecha de designación a su posición actual:	2000
Ernesto Torres Arriaga <i>Vice-Presidente</i>	Fecha de Nacimiento:	Julio 1936
	Ingreso a KOF:	1979
	Designación a su posición actual:	1995
	Experiencia dentro de KOF:	Gerente de Producción de IEMSA.
	Experiencia de Negocios:	Director de Producción del Estado de México. Ocupó diversas posiciones en las áreas de producción, operaciones técnicas y logística, finalmente ocupando la posición de Gerente General donde tuvo bajo su cargo las áreas de Ventas, Producción y Administración
Estudios:	Título en Ingeniería de Alimentos de Kansas State University.	
Héctor Treviño Gutiérrez <i>Director de Administración y Finanzas</i>	Fecha de Nacimiento:	Agosto 1956
	Ingreso a KOF:	1993
	Designación a su posición actual:	1993
	Experiencia de Negocios:	Diferentes posiciones dentro de FEMSA, incluyendo el de Gerente General de Planeación Financiera, Gerente de Planeación Estratégica y a cargo Desarrollo Corporativo.
	Estudios:	Ingeniero Químico y Administrador del ITESM y tiene un MBA de la Escuela de Negocios de Wharton
Rafael Suárez Olaguibel <i>Director de Planeación Comercial y Desarrollo de Nuevos Negocios</i>	Fecha de Nacimiento:	Abril 1960
	Ingreso a KOF:	1986
	Designación a su posición actual:	2003
	Experiencia dentro de KOF:	Ha ocupado diferentes puestos, incluidos el de Director de Operaciones México, Gerente Corporativo de Mercadotecnia para el Valle de México, Director de Mercadotecnia, Director de Mercadotecnia y Distribución de la División Refrescos de FEMSA y Director de Operaciones en Buenos Aires
	Experiencia de Negocios:	Trabajó en áreas Administrativas, de Distribución y de

	Estudios:	Mercadotecnia en The Cola-Cola Export Company. Licenciado en Economía del ITESM
Alejandro Duncan <i>Director de Tecnología</i>	Fecha de Nacimiento:	Mayo 1957
	Ingreso a KOF:	1995
	Designación a su posición actual:	2002
	Experiencia dentro de KOF:	Director de Planeación de Infraestructura en México. Ha sido responsable de diferentes departamentos entre ellos producción, logística, ingeniería, planeación de proyectos y manufactura en FEMSA, fue Gerente de Plantas en la parte central de México y Director de Manufactura en Buenos Aires.
	Experiencia de Negocios:	Ha sido responsable de diferentes departamentos entre ellos producción, logística, ingeniería, planeación de proyectos y manufactura en FEMSA, fue Gerente de Plantas en la parte central de México y Director de Manufactura en Buenos Aires.
	Estudios:	Ingeniero Mecánico graduado del ITESM y tiene una Maestría en Administración de la Universidad de Monterrey
Eulalio Cerda Delgadillo <i>Director de Recursos Humanos</i>	Fecha de Nacimiento:	Julio 1958
	Ingreso a KOF:	1996
	Designación a su posición actual:	2001
	Experiencia dentro de KOF:	Director de Recursos Humanos México
	Experiencia de Negocios:	Trabajó en diferentes áreas de Cervecería Cuauhtémoc y Moctezuma, incluyendo Mercadotecnia, Mantenimiento, Empaque, Embotellado, Recursos Humanos, Desarrollo Técnico y Proyectos.
	Estudios:	Ingeniero Mecánico del ITESM.
John Anthony Santa María Otazúa <i>Director de Operaciones México</i>	Fecha de Nacimiento:	Agosto 1957
	Ingreso a KOF:	1995
	Designación a su posición actual:	2003
	Experiencia dentro de KOF:	Fue Director de Planeación Estratégica y Desarrollo de Nuevos Negocios y Director de Operaciones México antes de la adquisición. Adicionalmente cuenta con experiencia en desarrollo de nuevos productos, fusiones y adquisiciones.
	Experiencia de Negocios:	Con experiencia en diferentes empresas embotelladoras en México en Planeación Estratégica y la Gerencia General.
	Estudios:	Licenciatura en Administración de Empresas y una Maestría en Administración con especialidad en Finanzas de Southern

		Methodist University
Ernesto Silva Almaguer <i>Director de Operaciones - Mercosur</i>	Fecha de Nacimiento:	Marzo 1953
	Ingreso a KOF:	1992
	Designación a su posición actual:	2003
	Experiencia dentro de KOF:	Director de Operaciones de Buenos Aires, Director de Desarrollo de Negocios y Tecnología de Información
	Experiencia de Negocios:	Ha trabajado como Director General de FAMOSA y Quimiproducos, también como Vice-Presidente de Ventas Internacionales en FEMSA Empaques y como Gerente de Planeación Corporativa en FEMSA, además de diversas posiciones en Grupo Industrial ALFA
	Estudios:	Ingeniero Mecánico Administrador de la Universidad de Nuevo León tiene una MBAd e University of Texas en Austin.
<hr/>		
Hermilo Zuart Ruíz <i>Director de Operaciones– Latin Centro</i>	Fecha de Nacimiento:	Marzo, 1949
	Ingreso a KOF:	1985
	Designación a su posición actual:	2003
	Experiencia dentro de KOF:	Director de Operaciones del Valle de México y del Sureste de México. Ha tenido diferentes responsabilidades dentro de las áreas de manufactura, comercialización, planeación y administración
	Experiencia de Negocios:	Director de FEMSA Franquicias, principalmente responsable de Mundet.
	Estudios:	Contador Público de la UNAM y postgrado en Alta Dirección del IPADE.

### Compensación de Consejeros y Funcionarios

Para el año finalizado el 31 de diciembre de 2003, la compensación total de todos nuestros directores ejecutivos pagada o acumulada durante tal año por servicios en todas las diferentes áreas ascendió aproximadamente a Ps.124.3 millones, de los cuales aproximadamente Ps.54.8 millones se pagaron en la forma de bonos. La suma de la compensación total también incluye bonos pagados a algunos de nuestros directores ejecutivos de conformidad con el plan de acciones (según se define en “– Plan de Incentivos de acciones.”)

Durante el año 2002 y para el primer trimestre de 2003, pagamos Ps. 30,000 a cada consejero por cada junta a la que ha asistido, a partir de ese periodo pagamos Ps.35,000 por cada junta a la que asistieron. En 2003 pagamos a los miembros del Comité de Auditoría Ps.120,000 anuales y Ps.28,000 a los miembros del Comité de Finanzas y de Compensación. La compensación acumulada a consejeros y miembros de los comités durante 2003 fue de Ps.3.2 millones.

Nuestros ejecutivos y funcionarios participan de nuestro plan de pensiones en la misma base que cualquier otro de nuestros empleados. Los miembros del Consejo de Administración no están incluidos en nuestro plan de pensiones. Al 31 de diciembre de 2003, la cantidad fijada o acumulada bajo estos planes de retiro era de Ps.786.5 millones de los cuales Ps.206.4 millones ya teníamos cubiertos.

### **Plan de Incentivos de Acciones**

El programa de bonos para los ejecutivos esta basado de acuerdo a los logros de ciertos factores críticos, establecidos anualmente por la administración. El bono es pagado al año siguiente en función al logro de esas metas y el pago es en efectivo.

En los años de 1999 a 2003 la compañía instituyó un plan de compensación para ciertos ejecutivos clave, el cual consistía en la adjudicación de bonos anuales en acciones de FEMSA y Coca-Cola FEMSA, basado en las responsabilidades de cada ejecutivo dentro de la organización y su desempeño. Bajo los términos del plan de incentivos de acciones, los derechos de opción serán ejecutables cada uno de los cinco años siguientes a la fecha en que fueron asignados, por el 20% del número total de acciones cubiertas por dicho derecho de opción. El programa de cinco-años finalizó en 2003, y las acciones fueron asignadas el año pasado. Actualmente estamos en el proceso de diseñar un nuevo plan que será efectivo a partir de 2004 y esperamos tenerlo en términos generales de acuerdo al plan anterior.

### **Plan de Incentivos de Acciones basado en el VEA**

A principios de 2004, comenzamos un nuevo plan de incentivos en acciones con un periodo de duración de tres años, para compensar a nuestros ejecutivos, y está siendo desarrollado, utilizando como medida para la evaluación, la metodología de Valor Económico Agregado (EVA por sus siglas en inglés) desarrollada por Stern Stewart & Co., una firma de consultoría en materia de compensación. De acuerdo a las condiciones del Plan de Incentivos EVA, los ejecutivos electos tienen el derecho de recibir: un bono especial en efectivo, el cual será utilizado para comprar acciones en la Bolsa Mexicana de Valores.

De acuerdo con la actual estructura propuesta para el plan, cada año el Director General de la compañía junto con el Comité de Compensación, determinarán la cantidad de ese bono especial en efectivo que se utilizará para la compra de acciones. Esta cantidad se determinará basada en el nivel de cada ejecutivo y su responsabilidad, además de considerar el EVA generado por la compañía.

Esperamos que estas acciones sean administradas por ciertos fideicomisos para el beneficio de los ejecutivos seleccionados de la misma manera que funcionaba el plan de incentivos de acciones anterior. Bajo los términos propuestos del Plan de Incentivos EVA, cada vez que el bono en efectivo es asignado a un funcionario ejecutivo, el funcionario contribuye al fideicomiso con el bono especial recibido a cambio de las acciones otorgadas. De acuerdo al plan propuesto, la administración del fideicomiso adquirirá en el mercado una porción especificada de unidades BD de FEMSA y de acciones Serie L de Coca-Cola FEMSA, utilizando la contribución del bono especial de cada ejecutivo. La tenencia accionaria de unidades BD de FEMSA y de acciones Serie L de Coca-Cola FEMSA conferirá a cada ejecutivo tenedor de una acción otorgada, cada año por los siguientes cinco años, a partir de la fecha de la recepción de la acción otorgada, a una tasa equivalente de 20% anual, del número de unidades BD de FEMSA y acciones Serie L de Coca-Cola FEMSA según aplique.

### **Tenencia accionaria**

Al 15 de Marzo de 2004, algunos de nuestros consejeros y consejeros suplentes formaban parte del Comité Técnico como beneficiarios bajo el Fideicomiso de control número F/294876 registrado en BBVA Bancomer S.A., como Fideicomisario el cual posee el 69.7% de las acciones con voto de FEMSA, quien a su vez posee el 45.7% de nuestro capital social. Como resultado del Comité Interno Técnico de Procedimientos, el Comité Técnico como una entidad estima tener los beneficios de tenencia accionaria con el único poder de voto de todas las acciones depositadas en el fideicomiso de voto, y los participantes del fideicomiso, como miembros del Comité Técnico, tienen derecho beneficiario de la tenencia accionaria con votos de control sobre aquellas acciones depositadas. Estos consejeros y consejeros suplentes son: Eugenio Garza Lagüera, Alfonso Garza Garza, Mariana Garza de Treviño y Eva Garza Gonda de Fernández. Ver "Punto 7. Principales Accionistas y Operaciones con Partes Relacionadas –

Principales Accionistas.” Ninguno de nuestros otros consejeros, consejeros suplentes o directores ejecutivos es propietario beneficiario de más del 1% de cualquier clase de nuestro capital social.

### **Prácticas del Consejo de Administración.**

Nuestros estatutos establecen que el Consejo de Administración debe reunirse cuatro veces al año al término de cada trimestre, para revisar los resultados operativos y el avance en el alcance de los objetivos estratégicos. Nuestro Consejo de Administración también puede llevar a cabo reuniones extraordinarias. Ver “Punto 10. Información Adicional – Estatutos.”

Bajo nuestros estatutos, los directores se desempeñan en su cargo por un periodo de un año aunque ellos continúan en su cargo sí y hasta que sus sucesores sean nombrados. Nuestro Consejo de Administración es apoyado por comités, los cuales son grupos de trabajo que analizan diferentes cuestiones y proporcionan recomendaciones al Consejo de Administración respecto a las diferentes áreas a las que están enfocados. Los directores ejecutivos interactúan periódicamente con los comités y direccionan las problemáticas de administración. Los comités de nuestro Consejo de Administración son los tres siguientes:

1. *Comité de Finanzas y Planeación.* El Comité de Finanzas y Planeación trabaja junto con la administración para determinar el plan estratégico y financiero anual y de largo plazo de la compañía, así como revisa la adherencia a estos planes. El Comité es responsable de determinar la estructura de capital óptima de la compañía y recomienda los niveles de endeudamiento así como la emisión de acciones. Adicionalmente el comité de Finanzas y Planeación es responsable de la administración de riesgos financieros. Los miembros de este comité son: Armando Garza Sada, Steven J. Heyer, Federico Reyes García, Ricardo Guajardo y Alfredo Martínez Urdal. El Secretario del Comité de Finanzas y Planeación es Hector Treviño, nuestro Director de Finanzas y Administración.
2. *Comité de Auditoría.* El Comité de Auditoría es responsable de revisar la confiabilidad e integridad de la información financiera trimestral y anual, así como del desempeño de los auditores internos y externos. Este Comité trabaja en el desarrollo de un plan de auditoría interno y externo y revisa las recomendaciones de los auditores externos referentes al control interno. Adicionalmente, este Comité es responsable de revisar todas las transacciones relevantes inusuales, así como las transacciones con partes relacionadas. Alexis Rovzar es el Presidente del Comité de Auditoría. Los miembros del comité son: Charles H. McTier, José Manuel Canal y Francisco Zambrano, todos ellos consejeros independientes (de acuerdo con la ley del mercado de valores). El Secretario del Comité de Auditoría es José González, actualmente Director de Auditoría Interna de FEMSA.
3. *Comité de Evaluación y Compensación.* El Comité de Evaluación y Compensación, o el Comité de Recursos Humanos, revisa y recomienda los programas de compensación para asegurar que están alineados con los intereses de los accionistas y el desempeño de la compañía. El Comité también es responsable de identificar a los candidatos a directores y directores ejecutivos apropiados y de determinar sus niveles de compensación. A su vez, desarrollan los objetivos de evaluación para el Director General y revisan su desempeño y compensación en relación con estos objetivos. Los miembros del Comité de Evaluación y Compensación son Daniel Servitje, Gary Fayard, y Ricardo González Sada. El Secretario del Comité de Evaluación y Compensación es Eulalio Cerda, Director de Recursos Humanos de Coca-Cola FEMSA.

### **Empleados**

Al 31 de diciembre de 2003, el personal, incluyendo personal de terceros, que laboraban para la compañía era de: 25,683 en México, 5,402 en Centroamérica, 8,466 en Colombia, 8,159 en Venezuela, 6,217 en Brasil y 2,914 en Argentina.

A continuación, se detalla el número de empleados por categoría (excluyendo terceros) en los periodos indicados:

	Para el año terminado el 31 de diciembre de		
	2003 <sup>(1)</sup>	2002	2001
Ejecutivos .....	337	201	154
No Sindicalizados.....	15,032	5,245	5,350
Sindicalizados.....	24,342	8,461	9,038
Total .....	39,711	13,907	14,542

<sup>(1)</sup> Al 31 de diciembre de 2003, también teníamos contratados 17,130 trabajadores temporales.

Al 31 de diciembre de 2003, prácticamente triplicamos el número de empleados debido a la adquisición de Panamco. Aproximadamente el 61% de nuestros empleados, la mayoría de los cuales estaban empleados en México, eran miembros de sindicatos. Tenemos 57 acuerdos colectivos separados con cuatro sindicatos representados en nuestras operaciones en México y diferentes contratos con distintos sindicatos en el resto de los territorios donde operamos. En general, tenemos una buena relación con los sindicatos en nuestras operaciones, excepto por Colombia y Venezuela, en las que estamos sujetos a litigios laborales significativos. Ver “Punto 8. Información Financiera–Procedimientos Legales.” Consideramos que tenemos reservas apropiadas para estas litigaciones y actualmente no esperamos que tengan un efecto material adverso.

### **Pólizas de Seguros**

Tenemos pólizas de seguros para todos nuestros empleados no sindicalizados. Estas pólizas disminuyen el riesgo de tener que pagar beneficios por muerte en caso de que ocurra un accidente industrial. Tenemos cubiertos a nuestros directores y consejeros por las pólizas de seguros, todos los directores y ciertos ejecutivos clave están cubiertos por responsabilidades incurridas en sus capacidades como directores y consejeros.

### **Audidores Externos<sup>1</sup>**

Los auditores externos de la Compañía son Galaz, Yamazaki, Ruíz Urquiza, S.C., el representante de Deloitte Touche Tohmatsu (“DTT”) en México. Anteriormente al 10 de junio de 2002, los auditores eran Ruíz Urquiza y Cia., S.C., quien estaba afiliada con Andersen Worldwide, S.C. A partir del 10 de junio de 2002 Deloitte & Touche ha asumido la responsabilidad de las auditorías de los estados financieros de FEMSA, incluyendo los años terminados el 31 de diciembre de 2003, 2002 y 2001, de Ruíz Urquiza y Cia., S.C. El cambio de auditor externo se debió a la integración de socios y personal de Ruíz, Urquiza y Cía., S.C. en Galaz, Gómez Morfín, Chavero, y Yamazaki, S.C., de la cual resultó Galaz, Yamazaki, Ruíz Urquiza, S.C., el actual auditor externo de la Compañía.

En los últimos tres ejercicios no se han emitido opiniones de los auditores externos con salvedades, opiniones negativas o se han abstenido de emitir alguna opinión en relación con los estados financieros de la Compañía.

La designación del auditor externo lo lleva a cabo el consejo de administración de Coca-Cola FEMSA, previa opinión favorable del comité de auditoría, tomando en cuenta la independencia, profesionalismo y experiencia del despacho que es designado como auditor externo.

Galaz, Yamazaki, Ruíz Urquiza, S.C., prestó durante los años de 2003 y de 2002 servicios de asesoría fiscal a la Compañía en adición a los servicios de auditoría.

<sup>1</sup> La información sobre Auditores Externos no está contenida en el Informe Anual bajo la Forma 20-F de la Compañía, dado que no es requerida; sin embargo se presenta en este documento para dar cumplimiento con las disposiciones de la Circular Única.

## Punto 7. Principales Accionistas y Operaciones con Partes Relacionadas

### PRINCIPALES ACCIONISTAS

Nuestro capital social consta de tres clases de valores: acciones Serie A propiedad de FEMSA, acciones Serie D propiedad de The Coca-Cola Company, y acciones Serie L, públicas. Nuestra estructura del capital al 15 de marzo de 2004 era la siguiente:

<u>Accionista</u>	<u>Acciones en Circulación</u>	<u>% tenencia de acciones en circulación</u>	<u>% de derechos de voto</u>
FEMSA (Acciones Serie A) <sup>(1)</sup> .....	844,078,519	45.7	53.6
The Coca-Cola Company (Acciones Serie D) <sup>(2)</sup> .....	731,545,678	39.6	46.4
Público (Acciones Serie L) <sup>(3)</sup> .....	<u>270,750,000</u>	<u>14.7</u>	<u>*</u>
Total .....	<u>1,846,374,197</u>	<u>100.0</u>	<u>100.0</u>

- (1) FEMSA es dueño de estas acciones a través de su subsidiaria Compañía Internacional de Bebidas, S.A. de C.V., a la cual nos referimos en este reporte anual como CIBSA, 69.7% de las acciones de voto de FEMSA son controladas por el comité técnico y sus beneficiarios bajo el Fideicomiso de control número F/29487-6 registrado en BBVA Bancomer Servicios, S.A. como Fideicomisario. Como consecuencia de los procedimientos internos del Fideicomiso del Comité Técnico y del Comité Técnico, como una entidad, se considera el dueño beneficiario con derecho único de poder de voto a todas las acciones depositadas en el Fideicomiso de Voto y de los participantes del Fideicomiso, como miembros del Comité Técnico, son considerados los dueños beneficiarios con voto de poder compartido sobre las mismas acciones depositadas. Al 15 de marzo de 2004, los participantes del Fideicomiso eran: BBVA Bancomer Servicios, S.A., bajo el Fideicomiso de control número F/25078-7, Eugenio Garza Lagüera, Paulina Garza Gonda de Marroquín, Bárbara Garza Gonda, Mariana Garza Gonda de Treviño Bryan, Eva Gonda de Garza, Eva Garza Gonda de Fernández, Consuelo Garza Lagüera de Garza, Alfonso Garza Garza, Patricio Garza Garza, Juan Carlos Garza Garza, Eduardo Garza Garza, Eugenio Garza Garza, Alberto Bailleres, María Teresa G. de Bailleres, Inversiones Bursátiles Industriales, S.A. de C.V., Corbal, S.A. de C.V., Magdalena M. de David, Alepage, S.A., BBVA Bancomer Servicios, S.A., como fideicomisario bajo Fideicomiso F/29013-0, Max David Michel, Juan David Michel, Monique David de VanLathem, Renee Michel de Guichard, Magdalena Guichard Michel, Rene Guichard Michel, Miguel Guichard Michel, Graciano Guichard Michel, Juan Guichard Michel, Franca Servicios, S.A. de C.V. y BBVA Bancomer, S.A. como fideicomisario bajo Fideicomiso F/29490-0.
- (2) The Coca-Cola Company es dueño de estas acciones a través de sus subsidiarias, The Inmex Corporation, Dulux CBAI 2003 B.V., y Dulux CBEXINMX 2003 B.V.
- (3) Los tenedores de acciones de la Serie L solo tienen derecho a votar en circunstancias limitadas. Ver "Punto 10. Información adicional – Estatutos". Los tenedores de ADSs están sujetos a ciertas limitaciones, tienen derecho a dar instrucciones a The Bank of New York, por lo que respecta al ejercicio de los derechos de voto limitados pertenecientes a la Serie L representada por sus ADSs.

Adicionalmente al 15 de marzo de 2004, se tienen 98,840,861 acciones Serie L autorizadas pero no emitidas, las cuales están en la tesorería.

FEMSA y The Coca-Cola Company han alcanzado un acuerdo mediante el cual, FEMSA solicita a FEMSA, pueda comprar acciones suficientes de The Coca-Cola Company para incrementar su tenencia accionaria al 51%. Ver "Punto 4. Información de la Compañía—La Adquisición de Panamco—Memorándum de Entendimiento."

Nuestras acciones Serie "A" propiedad de FEMSA se encuentran en México y las Series "D" de The Coca-Cola Company están fuera de México.

Al 31 de diciembre de 2003, había 24,920,542 ADSs en circulación, cada una representando 10 acciones Serie L. Aproximadamente 92% de nuestras acciones Serie L estaban representadas por ADSs. Al 15 de marzo de 2004 los ADSs, eran mantenidos por aproximadamente 260 tenedores (incluyendo al banco depositario), registrados con domicilio fuera de México.

#### El Acuerdo de Accionistas

En relación con la suscripción inicial por parte de una subsidiaria indirecta de The Coca-Cola Company de nuestro capital social, FEMSA y The Coca-Cola Company acordaron que seríamos administrados como una sociedad conjunta. Por consiguiente, en junio de 1993, una subsidiaria de

FEMSA y una subsidiaria The Coca-Cola Company celebraron el acuerdo de accionistas que, conjuntamente con nuestros estatutos, estipulan las reglas básicas bajo las cuales operamos. Este acuerdo ha sido modificado subsecuentemente reflejando cambios en las subsidiarias a través de las cuales FEMSA y The Coca-Cola Company tienen acciones en nuestra compañía.

El acuerdo de accionistas contempla que debemos de administrarnos de acuerdo a planes de Negocio con periodos de un año y cinco años, aunque en la práctica, nos administramos con un plan de negocios de tres años.

Bajos nuestros estatutos, las acciones Serie A y Serie D, son las únicas acciones con derechos totales de voto y por lo tanto, las acciones de control de nuestros accionistas y consejo de administración. Los accionistas de las Series A y series D tienen el poder de determinar el resultado de todas las acciones requeridas para aprobación por nuestro consejo de administración y, excepto en ciertas situaciones limitadas, todas las acciones requieren aprobación de los tenedores de acciones. Para decisiones del consejo de administración, una supermayoría incluyendo a los consejeros designados por los tenedores de acciones Serie D es requerida para cualquier decisión. Para decisiones de los accionistas, la mayoría de acciones representadas en la junta de accionistas deben de votar a favor, para modificar el voto o los derechos del quórum como se establece en los estatutos, una supermayoría de al menos 95% de esos votos y no abstención, deben votar a favor.

El acuerdo de accionistas estipula el convenio de los accionistas principales respecto del efecto de las medidas adversas de The Coca-Cola Company bajo los contratos de embotellador. Nuestros estatutos establecen que una mayoría de los consejeros nombrados por los tenedores de las acciones Serie A, tras efectuar una determinación razonable, de buena fe de que alguna acción de The Coca-Cola Company bajo cualquier contrato de embotellador entre The Coca-Cola Company y nuestra compañía o cualquiera de nuestras subsidiarias es sustancialmente adverso a nuestros intereses comerciales y que The Coca-Cola Company no ha subsanado tal medida en el plazo de 60 días a partir de su notificación, puede declarar en cualquier momento dentro del plazo de 90 días con posterioridad a tal fecha un período de mayoría simple. Durante el período de mayoría simple, ciertas decisiones, concretamente la aprobación del plan de negocios, la introducción de una nueva línea de negocio, o terminación de una línea de negocio existente, y transacciones con partes relacionadas fuera del curso ordinario del negocio, lo que normalmente requeriría la presencia y aprobación de al menos dos consejeros de la Serie D, pueden ser tomadas por una mayoría simple de todo nuestro consejo de administración, sin requerir la presencia o aprobación de ningún Consejero de la Serie D. Una mayoría de los consejeros de la Serie A puede dar por terminado un período de mayoría simple pero, una vez que lo haya hecho, no puede declarar otro período de mayoría simple por un año después de la terminación. Si el período de mayoría simple persiste durante un año o más, se pueden activar las disposiciones del acuerdo de accionistas para la resolución de diferencias irreconciliables, con las consecuencias indicadas en el siguiente párrafo.

Además de los derechos de preferencia estipulados en nuestros estatutos en relación con las transferencias propuestas de acciones Serie A o acciones Serie D, el acuerdo de accionistas contempla tres circunstancias bajo las cuales un accionista principal puede comprar la participación de otro en nuestra compañía: (i) un cambio en el control de un accionista principal; (ii) la existencia de diferencias irreconciliables entre los accionistas principales; o (iii) la ocurrencia de ciertos incumplimientos especificados.

En el supuesto de que (i) uno de los accionistas principales compre la participación de otro en nuestra Compañía bajo cualquiera de estas circunstancias o (ii) la propiedad de nuestras acciones de capital social que no sean acciones Serie L, de las subsidiarias de The Coca-Cola Company y FEMSA, se reduzca por debajo del 20% de todas las mencionadas acciones y a petición del accionista principal cuyo interés no se haya reducido, el acuerdo de accionistas requiere que nuestros estatutos sean modificados para eliminar todas las limitaciones de transferencia de acciones y todos los requisitos de voto de supermayoría y quórum, después de los cuales finalizaría el acuerdo de accionistas. En el caso de que la propiedad de las Sub-Accionistas de las subsidiarias de The Coca-Cola Company y FEMSA de nuestro capital social, que no sean acciones Serie L sea menor del 25% (pero no por debajo del 20%) de todas las mencionadas acciones y a petición del accionista principal cuyo interés no se haya visto reducido, el acuerdo de accionistas requiere que los estatutos de la Compañía sean modificados para eliminar todos los requisitos de voto de supermayoría y quórum, aparte de los relacionados con las restricciones relativas a transferencia de acciones.

El acuerdo de accionistas también contiene disposiciones relacionadas con el entendimiento de los accionistas principales en lo que respecta al crecimiento de la compañía. Establece que la intención de The Coca-Cola Company es que se nos considere como uno de los pocos embotelladores ancla de América Latina. En concreto, las partes acuerdan que resulta conveniente que nos expandamos adquiriendo territorios adicionales en México y otros países latinoamericanos en el supuesto de que se encuentren disponibles a través de crecimiento horizontal. Además, The Coca-Cola Company ha acordado, sujeto a varias condiciones, que si obtiene la propiedad de un territorio de embotelladoras que encaja adecuadamente en nuestras operaciones, nos dará la opción de adquirir tal territorio. The Coca-Cola Company ha acordado respaldar modificaciones prudentes y sólidas de la estructura de capital de la Compañía para apoyar el crecimiento horizontal. El acuerdo de The Coca-Cola Company respecto del crecimiento horizontal expira con la eliminación de requisitos de voto de super-mayoría como se ha descrito anteriormente o tras la elección de The Coca-Cola Company de cancelar el acuerdo después de un incumplimiento del contrato.

#### ***Memorandum con The Coca-Cola Company.***

En conexión con la firma del acuerdo para la adquisición de Panamco, The Coca-Cola Company y FEMSA llegaron a ciertos acuerdos, relacionados básicamente con temas operativos y del negocio que podrían afectarnos después de llevar a cabo la adquisición de Panamco. Los términos son como sigue:

- Los acuerdos de accionistas entre FEMSA y The Coca-Cola Company continuarán siendo los mismos. Ver “Punto 7. Principales Accionistas y Transacciones con Partes Relacionadas—El Acuerdo de Accionistas.”
- FEMSA continuará consolidando nuestros resultados financieros.
- The Coca-Cola Company y FEMSA continuarán dialogando de buena fé la posibilidad de implementar cambios en nuestra estructura de capital en el futuro.
- No habrá cambios en el precio del concentrado o en el apoyo a mercadotecnia por parte de The Coca-Cola Company durante el primer año de operación posterior a la adquisición. Después del primer aniversario de haber llevado a cabo la adquisición, cualquier decisión de The Coca-Cola Company en estos temas deberá ser discutido previamente con nosotros y deberá considerar la condición de la operación de la compañía combinada.
- The Coca-Cola Company puede requerir el establecimiento de una diferente estrategia a largo plazo para Brasil. Si después de tomar en cuenta nuestro desempeño en Brasil The Coca-Cola Company no considera que seamos parte de esta solución estratégica a largo plazo en Brasil, entonces venderemos nuestra franquicia en Brasil a The Coca-Cola Company o a quién ella designe a precio de mercado. Este precio de mercado será determinado por banqueros de inversión independientes contratados por cada una de las partes absorbiendo el gasto propio para especificar los procedimientos.
- FEMSA, The Coca-Cola Company y nosotros nos reuniremos para discutir la configuración territorial óptima de Latinoamérica para el sistema de embotelladores de *Coca-Cola*. Durante esta reunión, consideraremos todas las posibles combinaciones y cualquier transacción de intercambio de activos que pueden surgir de estas pláticas. Adicionalmente, consideraremos cualquier combinación potencial estratégica y se hará a un valor de mercado.
- Estaremos abiertos a alternativas estratégicas relacionadas con la integración de refrescos y cerveza. The Coca-Cola Company, FEMSA y nosotros podremos explorar estas alternativas sobre una base de mercado por mercado en el tiempo que se considere apropiado.
- The Coca-Cola Company vendería a FEMSA, a solicitud de FEMSA, las acciones necesarias que permitan que FEMSA sea propietaria del 51% del capital accionario existente (asumiendo que FEMSA no venda alguna de sus acciones y que no hay alguna otra emisión de acciones diferentes a las ya contempladas por la adquisición). Este acuerdo

estará vigente hasta mayo de 2004. En esta venta propuesta, FEMSA pagará el precio más alto entre:

- El precio por acción existente en el mercado al momento de la venta, y
  - La suma de U.S.\$2.216 por acción (U.S.\$22.16 por ADS) más el costo de The Coca-Cola Company.
- Estaremos incursionando en algunos mercados en los que es necesaria una importante inversión en infraestructura. The Coca-Cola Company y FEMSA conducirán un estudio en conjunto para definir las estrategias para estos mercados, así como los niveles de inversión requeridos para ejecutar dichas estrategias. Subsecuentemente, está previsto que FEMSA y The Coca-Cola Company alcancen un acuerdo en el nivel de fondeo que será proporcionado por cada una de las partes. Las partes prevén que esta distribución de las responsabilidades en el fondeo no deberá ser una carga económica para ninguna de las partes.
  - A partir del 19 de diciembre de 2003 tenemos una línea de crédito con The Coca-Cola Export Corporation. Bajo esta línea de crédito, sujeto a ciertas condiciones, The Coca-Cola Company prevé otorgar a Coca-Cola FEMSA hasta U.S.\$250 millones con el propósito de soportar capital de trabajo y otras estrategias de la compañía en general, en cualquier momento en que esta sea la única forma de fondeo disponible hasta diciembre de 2006.

## OPERACIONES CON PARTES RELACIONADAS

### FEMSA

Por lo general participamos en transacciones con FEMSA y sus subsidiarias. Durante 2003 compramos corcholatas, tapanos, latas, refrigeradores comerciales, lubricantes, detergentes, cajas de plástico y casi la totalidad de nuestros requerimientos de botellas de vidrio retornable para nuestras operaciones mexicanas de FEMSA Empaques, una subsidiaria propiedad 100% de FEMSA por medio de varios contratos de suministro. Una subsidiaria de FEMSA Empaques también vende refrigeradores para alguna de nuestras operaciones fuera de México. La cantidad acumulada de dichas compras fue de Ps.1,513.0 millones en 2003. Consideramos que las transacciones con FEMSA Empaques se realizan a precios similares a los que obtendríamos si las operaciones se llevaron a cabo con partes no afiliadas. También vendemos productos en OXXO, una cadena de tiendas de conveniencia propiedad de FEMSA. Estas transacciones también se realizan en condiciones de mercado.

Firmamos un contrato de servicios en Junio de 1993 con FEMSA Servicios, S.A. de C.V., una subsidiaria propiedad de FEMSA a la que hacemos referencia en este reporte anual como FEMSA Servicios, según el cual, FEMSA Servicios ofrece ciertos servicios administrativos relacionados con asesoría en materia de seguros, legal y fiscal por un periodo de al menos un año y que puede ser cancelado a partir de ese momento por cualquiera de las partes así como algunos servicios de administración y auditoría mientras FEMSA mantenga participación en nuestra compañía. Este contrato se ejecutó dentro de los términos que comercialmente se consideran razonables.

En noviembre de 2000, firmamos un contrato de servicios con una subsidiaria de FEMSA para la transportación de productos terminados de nuestras instalaciones de producción a nuestros centros de distribución en México. En 2003 pagamos aproximadamente Ps.410.3 millones de pesos según lo estipulado en este contrato. Ver “Punto 4. Información sobre la Compañía – La Compañía – Distribución de Productos”. Este contrato se ejecutó dentro de los términos que comercialmente se consideran razonables.

En Noviembre 2001 firmamos en dos contratos de franquicia de embotellado con Promotora de Marcas Nacionales, una subsidiaria indirecta de FEMSA, bajo el cual nos convertimos en el único franquiciatario para la producción, embotellado, distribución y venta de marcas *Mundet* en el Valle de México y en la mayoría de nuestras operaciones en el sureste de México. Cada contrato tiene una vigencia de diez años y vencerá en noviembre 2011. Ambos contratos son renovables por periodos de diez años, sujetos a no renovación por parte de cualquiera de las partes previa notificación a la contraparte. El pago total hecho a Promotora de Marcas Nacionales en 2003 fue de Ps. 61.8 millones.

FEMSA es también parte de un acuerdo que tenemos con The Coca-Cola Company relacionado con cuestiones operativas y de negocios específicas, que pueden afectarnos después de llevar a cabo la adquisición de Panamco. Un resumen de estos acuerdos se encuentran en “– Principales Accionistas–Memorándum de Entendimiento con The Coca-Cola.”

### The Coca-Cola Company

En general participamos en transacciones con The Coca-Cola Company y sus otras afiliadas. Nuestra compañía y The Coca-Cola Company pagan y reembolsan mutuamente los gastos de mercadotecnia con base en un acuerdo de mercadotecnia cooperativa. Tanto en 2003 como en 2002 The Coca-Cola Company contribuyó aproximadamente en 48% y 41%, respectivamente, de nuestro presupuesto de mercadotecnia, de alrededor de Ps.1,371.8 millones y Ps.521.6 millones. Adicionalmente, The Coca-Cola Company ha realizado pagos relacionados con inversiones en equipo de refrigeración y otros programas de inversión que tengan como objetivo fomentar el volumen. Tanto en 2003 como en 2002 The Coca-Cola Company, también contribuyó al programa de inversión para equipo de refrigeración. Compramos todos nuestros requerimientos de concentrados para bebidas marca registrada *Coca-Cola* de The Coca-Cola Company. Los pagos totales que hicimos a The Coca-Cola Company por la compra de concentrado fueron de aproximadamente Ps.5,613.6 millones y Ps.2,725.2 millones en 2003 y 2002, respectivamente.

Coca-Cola FEMSA de Buenos Aires también compró una parte de sus requerimientos de preformas de plástico para producir botellas de plástico y todos nuestros requerimientos de botellas

retornables de CIPET. CIPET es una subsidiaria local de Embotelladora Andina, un embotellador de *Coca-Cola* con operaciones en Argentina, Chile y Brasil en la que Coca-Cola tiene una participación importante.

En relación a la adquisición de Panamco, subsidiarias de The Coca-Cola Company emprendieron acciones específicas para apoyar y facilitar la adquisición de Panamco en beneficio de nuestra compañía. En consideración a dichas acciones, correspondimos con ciertas acciones en beneficio de The Coca-Cola Company y sus subsidiarias, incluyendo obligaciones de indemnización respecto a asuntos específicos sobre la precisión de la divulgación y cumplimiento con la ley aplicable por parte de nuestro consejo de administración y el consejo de Panamco, así como acciones específicas y el evitar otras buscando facilitar a The Coca-Cola Company un tratamiento fiscal preferencial con relación a su participación en la adquisición. Con relación a la ejecución del acuerdo de compra de Panamco, The Coca-Cola Company y FEMSA asentaron sus acuerdos respecto a asuntos operativos y de negocios específicos que podrían afectarnos una vez llevada a cabo la adquisición. Un resumen de estos acuerdos se encuentra en “— Principales Accionistas—Memorando de Entendimiento con The Coca-Cola Company.”

### **Compañías Asociadas**

A menudo participamos en transacciones con compañías en las que somos propietarios de alguna participación accionaria. En México compramos latas de IEQSA, de la cual somos dueños del 33.68%, y a su vez, ésta compra latas de Famosa, una subsidiaria de FEMSA Empaques. Durante 2003 pagamos Ps.253.3 millones a IEQSA. También compramos azúcar a Beta San Miguel, un productor de caña de azúcar en el que poseemos 2.54% de capital y a quien pagamos Ps.221.2 millones en 2003. En 2003, Coca-Cola FEMSA de Buenos Aires compró todas sus presentaciones en lata a CICAN, una joint venture entre Coca-Cola FEMSA de Buenos Aires y los embotelladores de *Coca-Cola* en Argentina, Uruguay y Paraguay, en la que Coca-Cola FEMSA de Buenos Aires posee un interés accionario del 48.1%. Durante 2003 pagamos Ps.28.2 millones de pesos a CICAN. En Colombia compramos algunas preformas de Tapón Corona, de la cuál tenemos el 40% de capital y a quien pagamos Ps.43.8 millones en 2003. En Brasil, distribuimos cervezas fabricadas por Cervejarias Kaiser, una subsidiaria de Molson, de la cual tenemos el 0.74% de interés de capital y a quien pagamos Ps.24.2 millones de pesos en 2003. También compramos pequeñas cantidades de materias primas de Distribuidora Plástica, S.A., Metalforma, S.A. y Vidrios Panameños, S.A., de las cuales tenemos el 19.0%, 17.50% y 2.20% de su capital, respectivamente.

### **Otras Transacciones con Partes Relacionadas**

José Antonio Fernández, Eva Garza de Fernández y Ricardo Guajardo Touché, también son miembros de la Junta Directiva de ITESM, una muy prestigiada universidad privada en México que a menudo recibe donaciones por nuestra parte.

Con relación a la adquisición de Panamco, contratamos a Allen & Company LLC para asesorías en materia jurídica. Uno de nuestros directores, Enrique Senior, es Director de Administración de Allen & Company LLC y uno de nuestros directores alternos, Herbert Allen III, es Presidente de Allen & Company LLC. Allen & Company LLC ofrece regularmente servicios de banca de inversión a nosotros y a nuestras afiliadas en el curso normal del negocio.

Estamos asegurados en México principalmente bajo las pólizas de seguro de FEMSA con Grupo Nacional Provincial S.A. del cual el hijo del presidente de su consejo de administración es uno de nuestros consejeros suplentes. Las pólizas se adquirieron conforme a procesos de licitación. Los bonos de fidelidad se adquieren de Fianzas Monterrey New York Life, S.A., compañía en la cual uno de nuestros consejeros funge como presidente de la junta de revisión. Los servicios financieros los obtenemos de Grupo Financiero BBVA Bancomer. Uno de nuestros consejeros, el Sr. Ricardo Guajardo Touché es presidente de su Consejo de Administración. Afiliadas de Grupo Financiero BBVA Bancomer adquirieron participaciones en los créditos y certificados bursátiles en los que incurrimos para financiar la adquisición de Panamco y actuaron como agentes para la colocación de dichos certificados bursátiles y periódicamente nos ofrecen servicios financieros o asesoría en la materia en el curso regular del negocio. En cada caso, las transacciones fueron realizadas en términos de mercado.

## **Punto 8. Información Financiera**

### **ESTADOS CONSOLIDADOS Y OTRA INFORMACIÓN FINANCIERA**

#### **Estados Financieros Consolidados**

Ver “Punto 18. Estados Financieros” y páginas F-1 a F-42.

#### **Política de Dividendos**

Para mayor detalle sobre nuestra política de dividendos, Ver “Punto 3. Información Clave – Dividendos y Política de Dividendos”.

#### **Cambios Significativos**

No han habido cambios significativos desde la fecha en que se emitieron los estados financieros anuales que se incluyen en este reporte anual.

#### **Procesos Judiciales**

Somos parte de diferentes procedimientos legales en el curso ordinario del negocio. Actualmente no estamos envueltos en ningún litigio o procedimiento diferente a los revelados en este reporte anual, incluyendo cualquier procedimiento pendiente o amenaza de la que estemos concientes de su existencia, los cuales consideramos que pudieran tener efectos materiales adversos en nuestra compañía. Existen otros procesos legales pendientes en contra de o que involucran a la compañía y sus subsidiarias, que son incidentales a la operación de sus negocios. La compañía considera que la última disposición de dichos procesos individuales o colectivos no tendría un efecto adverso representativo sobre su condición financiera o sus resultados.

#### **México**

*Asuntos Fiscales.* Durante 2002, entablamos una apelación respecto al Impuesto Especial Sobre Productos y Servicios o IEPS aplicable a los inventarios producidos con alta fructosa de maíz (HFCS). Además, durante 2003 la compañía incluyó en esta apelación, el IEPS aplicable a refrescos que no utilicen azúcar en su proceso de elaboración. Ver “Punto 4. Información sobre la Compañía – La Compañía – Regulación Impuestos en Refrescos”. El 21 de noviembre de 2003, la compañía obtuvo una resolución favorable a nuestro amparo del 2002 y durante 2004 se espera recibir de las autoridades el IEPS pagado durante 2002 más los intereses devengados. Del mismo modo, se ha entablado una apelación relacionada con el IEPS pagado en 2003 y los asesores administrativos y legales consideran que existe una alta posibilidad de obtener otra resolución favorable.

*Prácticas Monopólicas.* Durante mayo del 2000, la *Comisión Federal de Competencia en México*, de acuerdo con una queja entablada por PepsiCo y algunos de sus embotelladores en México, iniciaron una investigación acerca de las prácticas de venta de The Coca-Cola Company y sus embotelladores. En noviembre del 2000, en una decisión preliminar y en febrero de 2002, por medio de resolución definitiva, la Comisión Federal de Competencia determinó que The Coca-Cola Company y sus embotelladores participaban en prácticas monopólicas respecto a acuerdos de exclusividad con ciertos detallistas. La Comisión Federal de Competencia en México no impuso multa alguna, pero ordenó a The Coca-Cola Company y sus embotelladores, incluyendo algunas subsidiarias mexicanas de la compañía, que se abstuvieran de firmar contratos de exclusividad con detallistas. En conjunto con otros embotelladores de *Coca-Cola* apelamos la resolución emitida en febrero de 2002 mediante un *Recurso de Revisión* que se presentó ante la Comisión Federal de Competencia en México. La Comisión Federal de Competencia en México confirmó su resolución original y emitió una resolución de confirmación en julio de 2002. Conjuntamente con nuestras subsidiarias con operaciones en México apelamos esta resolución ante las autoridades competentes por medio de juicios de amparo y obtuvimos decisiones favorables. Con base en estas decisiones, la resolución se declaró nula y se ordenó a la Comisión Federal de Competencia que emitiera una nueva resolución enmendando su determinación de que The Coca-Cola Company y sus embotelladores participaban en transacciones monopólicas.

En un proceso judicial diferente, en 2003, la Comisión Federal de Competencia nos solicitó al igual que a The Coca-Cola Company y otros embotelladores de *Coca-Cola* entregáramos cierta información de acuerdo con una nueva investigación que la Comisión había iniciado. Obtuvimos requerimientos judiciales contra las órdenes de la Comisión Federal de Competencia de México de la divulgación de dicha información.

## **Centroamérica**

*Prácticas Monopólicas en Costa Rica y Panamá.* Durante Agosto 2001, la *Comisión para Promover la Competencia* en Costa Rica de acuerdo con una queja entablada por PepsiCo y sus embotelladores en Costa Rica iniciaron una investigación de las prácticas de venta de The Coca-Cola Company y nuestra subsidiaria en Costa Rica por supuestas prácticas monopólicas en el canal de distribución a detallistas, incluyendo ventas obtenidas por medio de contratos de exclusividad. A pesar de que no es posible asegurarlo, no consideramos que el resultado de este asunto, aún obteniendo resolución condenatoria, tendría un efecto adverso significativo sobre nuestra condición financiera o nuestros estados de resultados. Nuestra subsidiaria en Costa Rica se ha defendido vigorosamente a lo largo del proceso y considera que en cualquier momento obtendremos resolución de la Comisión de Competencia de Costa Rica.

Durante 2002, Refrescos Nacionales, S.A., el embotellador de Pepsi en Panamá, entabló una demanda contra nuestra subsidiaria con operaciones en Panamá con base en supuestas prácticas monopólicas en el canal de distribución a detallistas por medio de la implantación de contratos de exclusividad que supuestamente habían causado importantes pérdidas financieras y de ventas a la parte actora. Creemos que esta demanda no procede e intentamos vigorosamente defendernos en este caso.

## **Colombia**

*Materia Laboral.* Durante julio 2001 un sindicato y varios individuos de la República de Colombia entablaron una demanda en el Juzgado de Distrito para el Distrito Sur de Florida en contra de varias de nuestras subsidiarias. En la queja, la parte actora alegaba que las subsidiarias de la compañía adquirida por medio de la adquisición de Panamco participaron en acciones ilícitas en contra del sindicato y sus miembros en Colombia, incluyendo secuestros, tortura, amenazas de muerte e intimidación. La queja alega demandas con base en la Ley de Agravios de EE.UU, la Ley de Protección a Víctimas de Tortura, la Ley de Organizaciones Corruptas Influenciadas por Extorsionistas y decreta daños legales y busca desagravio por mandato judicial y compensación por daños por más de U.S.\$500 millones de dólares, incluyendo sanciones y el costo de la demanda incluyendo gastos y costos legales. Presentamos una moción para desestimar la demanda por falta de contenido y jurisdicción personal. Esperamos la resolución de la moción de desestimación en cualquier momento. Creemos que esta demanda no procede e intentaremos defendernos en este caso.

## **Venezuela**

*Materia Fiscal.* En 1999 nuestra subsidiaria venezolana recibió notificación sobre ciertas demandas de impuestos reclamadas por las autoridades fiscales de Venezuela. Nuestra subsidiaria ha entablado los recursos necesarios en contra de estas quejas a nivel administrativo así como a nivel judicial. Estas demandas actualmente ascienden alrededor de U.S.\$23 millones de dólares estadounidenses. La compañía tiene ciertos derechos de indemnización por parte de Venbottling Holding, Inc. un antiguo accionista de Panamco y The Coca-Cola Company en una alta proporción sobre dichas quejas. Con base en el análisis que hemos realizado en relación a dichas demandas, así como la estrategia de defensa que hemos desarrollado, no consideramos que la resolución final a estos casos tendrá un efecto adverso significativo sobre nuestra condición financiera o el resultado de nuestras operaciones.

*Materia laboral y de distribución.* Desde 1999 un grupo de distribuidores independientes de nuestra subsidiaria en Venezuela iniciaron los procedimientos para crear un sindicato de distribuidores. Como resultado, estos distribuidores podrán, entre otras cosas, reclamar ciertos derechos laborales de manera individual así como derechos de separación en contra de nuestra subsidiaria. Desde que comenzó el proceso de creación nos hemos opuesto firmemente a su formación por medio de todas las vías legales disponibles. En febrero 2000, nuestra subsidiaria presentó un recurso de nulidad en contra de la solicitud para la creación del sindicato así como una solicitud de prohibición judicial ante la Suprema Corte de Venezuela. El 20 de septiembre de 2001, la Suprema Corte de Venezuela emitió su opinión confirmado

la creación del sindicato pero se abstuvo de otorgar cualquier tipo de derecho laboral a los miembros del sindicato excepto el derecho a sindicalizarse. Para obtener derechos laborales específicos, el sindicato o sus miembros deberán solicitar y obtener por parte de un tribunal la determinación que los miembros de dicho sindicato se consideran trabajadores de acuerdo con el derecho laboral venezolano y por lo tanto reclaman a nuestra subsidiaria venezolana el pago de dichas prestaciones y derechos incluyendo pagos retroactivos. Para conocimiento de la compañía, ni el sindicato ni ninguno de sus miembros individuales han iniciado ningún proceso con el objeto de obtener dicha decisión judicial, a pesar de que algunos miembros del sindicato han amenazado con hacerlo.

Desde 2001, después de dos decisiones emitidas durante 2000 y 2001 por parte de la Suprema Corte de Venezuela en contra de Empresas Polar, S. A., por medio de la cual la Suprema Corte encontró en dichos casos individuales que la relación entre las afiliadas de Empresas Polar, S.A. y aquellos distribuidores específicos era una relación de naturaleza laboral y no de naturaleza mercantil, nuestra subsidiaria ha sido sujeto de numerosas demandas por parte antiguos distribuidores, incluyendo miembros del sindicato de distribuidores, que reclaman supuestos derechos laborales y de separación que se adeudan desde el momento en que terminaron su relación con nosotros. Al 31 de diciembre de 2003, nuestra subsidiaria fue sujeto de varias demandas entabladas por antiguos distribuidores por la cantidad de U.S.\$31 millones aproximadamente. Sin importar el número de demandas y las cantidades involucradas, la mayoría de ellas han sido presentadas por parte de antiguos distribuidores que han firmado contratos de liberación con nuestra subsidiaria al momento de la terminación de los contratos por lo que consideramos que no tienen derecho a presentar demandas adicionales, o son demandas que se entablaron después del vencimiento del estatuto de limitaciones. También hay demandas presentadas por personas que nunca han tenido relaciones con nosotros ni como distribuidores ni como empleados, los cuales consideramos no proceden. Desde las decisiones emitidas por la Suprema Corte durante 2000 y 2001 en contra de las afiliadas de Empresas Polar, S.A., la Suprema Corte ha revisado su criterio para la determinación de una relación laboral contra una relación mercantil durante 2002 y 2003. La compañía considera con base en las nuevas decisiones emitidas por la Suprema Corte así como con base en el análisis individual de cada demanda individual, que estas son improcedentes e intenta defenderse de ellas.

## Punto 9. La Oferta y Listado

### MERCADO DE VALORES

Desde 1993 nuestras acciones serie L han sido negociadas en la Bolsa Mexicana de Valores y en forma de ADSs en la Bolsa de Valores de Nueva York. El Bank of New York, en calidad de nuestro banco depositario ha emitido los ADSs representando cada uno diez acciones de la Serie L. El 31 de diciembre de 2003, aproximadamente el 92% de las acciones Serie L cotizadas públicamente se mantuvieron bajo la forma de ADSs.

La siguiente tabla indica, durante los períodos indicados, los precios de venta máximos y mínimos de las acciones Serie L en la Bolsa Mexicana de Valores y los precios de venta máximos y mínimos reportados para las ADSs en la Bolsa de Valores de Nueva York. Los precios no han sido actualizados en unidades monetarias constantes.

	Bolsa Mexicana de Valores Pesos mexicanos por acción Serie L		New York Stock Exchange U.S. dólares por ADS	
	Alto	Bajo	Alto	Bajo
1999:				
Año completo.....	Ps. 20.30	Ps. 12.32	\$ 12.81	\$ 11.13
2000:				
Año completo.....	Ps. 21.15	Ps. 13.70	\$ 12.38	\$ 18.50
2001:				
Año completo.....	Ps. 23.15	Ps. 16.54	\$ 25.31	\$ 17.40
2002:				
Primer trimestre .....	Ps. 25.06	Ps. 16.80	\$ 25.31	\$ 17.40
Segundo trimestre .....	27.60	22.85	29.70	22.60
Tercer trimestre .....	23.80	19.50	23.93	19.01
Cuarto trimestre .....	23.60	18.10	23.00	17.50
2003:				
Primer trimestre .....	Ps. 20.90	Ps. 18.30	\$ 19.30	\$ 16.64
Segundo trimestre .....	24.25	18.80	22.68	17.39
Tercer trimestre .....	24.50	21.18	22.81	20.59
Cuarto trimestre .....	24.60	21.50	21.97	19.85
Septiembre .....	24.50	22.85	22.24	20.96
Octubre.....	24.60	21.75	21.97	19.88
Noviembre.....	23.78	21.50	21.03	19.85
Diciembre.....	24.05	22.55	24.05	20.00
2004:				
Enero .....	Ps. 27.39	Ps. 24.00	\$ 24.97	\$ 23.98
Febrero.....	27.49	25.99	25.03	23.69
Marzo <sup>(1)</sup> .....	27.17	24.95	24.75	22.41

(1) Al período comprendido del 1 al 15 de Marzo de 2004.

A partir de noviembre de 1996, nuestros pagarés de 8.95% que vencen en noviembre de 2006 han cotizado en la Bolsa de Valores de Nueva York. La siguiente tabla muestra, para los períodos indicados, los precios de venta máximos y mínimos reportados para los pagarés en la Bolsa de Nueva York.

	<b>Bolsa de Valores de Nueva York</b>	
	<b>Porcentaje de suma de capital en U.S. dólares</b>	
	<b>Máximo</b>	<b>Mínimo</b>
1999:		
Año completo.....	\$102.81	\$90.16
2000:		
Año completo.....	\$106.33	\$99.24
2001:		
Año completo.....	\$112.25	\$102.06
2002:		
Primer trimestre .....	\$111.91	\$110.63
Segundo trimestre .....	111.73	110.75
Tercer trimestre.....	112.13	110.14
Cuarto trimestre .....	115.51	111.88
2003:		
Primer trimestre .....	\$116.70	\$114.76
Segundo trimestre .....	113.07	104.90
Tercer trimestre.....	114.71	109.42
Cuarto trimestre .....	122.23	113.12
Septiembre .....	113.92	110.96
Octubre.....	116.88	113.12
Noviembre.....	122.17	114.32
Diciembre.....	122.23	120.49
2004:		
Enero.....	\$121.08	\$117.69
Febrero .....	121.78	114.54
Marzo <sup>(1)</sup> .....	116.28	115.38

(1) Al periodo comprendido del 1 al 15 de marzo de 2004.

No nos resulta práctico determinar la proporción de los pagarés en poder de personas estadounidenses.

## OPERACIÓN EN LA BOLSA MEXICANA DE VALORES

La *Bolsa Mexicana de Valores S.A. de C.V.*, ubicada en la Ciudad de México, es el único mercado de valores en México. Fundada en 1907, está organizada como una corporación, cuyas acciones las mantienen 30 casas de bolsa, que están exclusivamente autorizadas para hacer la compra y venta de acciones. La operación en la Bolsa Mexicana de Valores tiene lugar principalmente a través de sistemas automáticos; está abierta de las 8:30 a.m. a las 3:00 p.m., hora de la Ciudad de México, todos los días laborales. Las contrataciones de valores listados en la Bolsa Mexicana de Valores también pueden ser efectuadas fuera de la Bolsa. La Bolsa Mexicana de Valores opera un sistema de suspensión automática de negociación de acciones de un emisor en particular como medio para controlar la excesiva volatilidad de los precios, pero según los reglamentos actuales, este sistema no se aplica a valores como las acciones de serie L que estén listadas directa o indirectamente (por ejemplo, a través de ADSs) en una bolsa de valores fuera de México (incluyendo NASDAQ).

La compensación se efectúa dos días hábiles después de la transacción de las acciones en la Bolsa Mexicana de Valores. No se permiten las compensaciones diferidas, aún cuando fueran de mutuo acuerdo, sin la aprobación de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV). La mayoría de los valores negociados en la Bolsa Mexicana de Valores, inclusive los nuestros, se encuentran depositados en la *Institución para el Depósito de Valores S.A. de C.V.* comúnmente denominado como Indeval, un depósito central de valores de propiedad privada, que actúa como cámara de compensación para la Bolsa Mexicana de Valores.

## **Punto 10. Información Adicional**

### **ESTATUTOS**

A continuación se presenta un breve resumen de ciertos aspectos de nuestros estatutos y las leyes mexicanas. Esta descripción no pretende ser completa y debe ser considerada como referencia a nuestros estatutos y Leyes Mexicanas. Para una descripción de la relación de los estatutos y el Consejo de Administración, Directores y Comisarios, ver “Punto 6. Consejeros, Directores Ejecutivos y Empleados.”

#### **Organización y Registro**

Fuimos constituidos el 31 de octubre de 1991, como una *sociedad anónima de capital variable* de acuerdo con la Ley General de Sociedades Mercantiles. Estamos inscritos ante el Registro Público de la Propiedad y Comercio de la Ciudad de México desde el día 23 de agosto de 1993 bajo el número 76543.

#### **Objeto Social**

El objeto social de la Compañía en términos generales consiste en:

- establecer, promover y organizar compañías comerciales o civiles de cualquier tipo, así como adquirir y poseer acciones o participaciones en ellas;
- realizar cualquier tipo de transacciones activas o pasivas mediante bonos, acciones, participaciones y valores de cualquier tipo;
- proveer o recibir consultoría de cualquier tipo de servicio en materia de negocios;
- conducir el negocio con infraestructura, materias primas y cualquier otro tipo de bienes necesarios para la compañía en la cual tenemos participación o con la que tenemos relaciones comerciales;
- adquirir y disponer de marcas, nombres comerciales, derechos, patentes, inventos, franquicias, distribuciones, concesiones y procesos;
- poseer y operar bienes necesarios para la realización de nuestros propósitos;
- para suscribir, comprar y vender acciones, bonos y valores entre otras cosas;
- cobrar, aceptar, hacer, endosar o garantizar instrumentos negociables, emitir bonos garantizados con inmuebles o sin garantía, y para permitir a la compañía garantizar valores de cualquier tipo con respecto a las obligaciones emitidas por nosotros o por terceros, y en general, para realizar esos actos, entrar en esos contratos y realizar ese tipo de transacciones en la medida de lo necesario para conducir nuestro negocio.

#### **Derechos de Voto; Restricciones de Transferencia**

Las acciones Serie A y D tienen todos los derechos de voto pero tienen restricciones de transferencia. A pesar que no han sido suscritas acciones Serie B, en caso de ser suscritas nuestros estatutos les proporcionan voto ilimitado y serían transferibles libremente. Las acciones Serie L son transferibles libremente pero tienen derechos de voto limitado. Ninguna de nuestra serie de acciones puede ser intercambiable por alguna acción de una serie diferente. Excepto por

- las restricciones de transferencia de las acciones Serie A y Serie D;
- derechos de voto limitado de las acciones Serie L;
- derechos de las acciones Serie A, Serie D y Serie L, votando como clases independientes, la elección específica de los consejeros y suplentes (y la prohibición de los accionistas Serie B a votar por los consejeros);

- prohibiciones de tenencia extranjera de las acciones Serie A, los derechos de los tenedores de todas las Series de acciones son prácticamente iguales. Ver “Punto 6. Consejeros, Directores Ejecutivos y Empleados”, “—Legislación de Inversión Extranjera” y “—Restricciones de Transferencia”.

De acuerdo a nuestros estatutos, los tenedores de las acciones Serie L pueden votar bajo limitadas circunstancias. Pueden elegir hasta tres de los dieciocho consejeros, y en ciertas circunstancias donde los accionistas de la Serie L no hayan votado por el consejero electo por la mayoría de los accionistas de esa Series, pueden recibir el derecho de elegir a uno o más consejeros. Ver “Punto 6. Consejeros, Directores Ejecutivos y Empleados”. Adicionalmente, se requiere el quorum de 82% de nuestro capital social (incluyendo acciones Serie L) y el voto de al menos la mayoría de nuestro capital social (no abstención) para:

- la transformación de Coca-Cola FEMSA de un tipo de compañía en otra (diferente al cambio de capital variable a capital fijo y viceversa);
- cualquier fusión en la que Coca-Cola FEMSA no sea la compañía que subsista o cualquier otra fusión con una entidad cuya principal actividad sea diferente a la de Coca-Cola FEMSA o sus subsidiarias; y
- la cancelación del registro de nuestras acciones en el Registro Nacional de Valores (“RNV”) por la CNBV o en cualquier otra bolsa de valores extranjera en la que nuestras acciones estén listadas.

El voto a favor del 95% de nuestras acciones (incluyendo las acciones Serie L) y la aprobación de la CNBV es requerido para modificar nuestros estatutos en lo que respecta al control de accionistas, en caso de la cancelación del registro de cualquiera de nuestras acciones en el RNV para hacer una oferta pública para adquirir esas acciones. Los tenedores de las acciones Serie L no están autorizados para atender o convocar asambleas de accionistas en las que no están autorizados a votar.

Bajo las leyes mexicanas, los tenedores de las acciones de cualquier Serie también están autorizados para votar como una clase en cualquier acto que pudiera perjudicar los derechos de los accionistas de esas Series pero no los derechos de los tenedores de acciones de otras Series. Además, un tenedor de acciones de esas Series que pudiera resultar perjudicado, estaría autorizado para responder judicialmente ante cualquiera de esas acciones judiciales realizadas sin ese voto. La determinación de, si una acción requiere el voto de una clase a este respecto, sería inicialmente determinado por nuestra junta de consejo o los comisarios. Una determinación negativa sería sujeta a un cargo judicial por un accionista afectado, y la necesidad de voto de la clase, finalmente sería determinada por los tribunales mexicanos. No hay otros procedimientos para determinar si la propuesta particular de un accionista requiere del voto de una clase, y las leyes mexicanas no proveen una guía completa del criterio que debe ser aplicado para obtener esta determinación.

Con el objetivo de cambiar cualquier voto o derechos de quórum establecido en nuestros estatutos, es necesario: (i) un quórum mínimo de 95% de las acciones emitidas, suscritas y pagadas representativas del capital social, el voto de al menos 95% de nuestras acciones emitidas, suscritas y pagadas representativas del capital social, con voto (y sin abstenciones), y (ii) la aprobación previa de la CNBV.

### **Asamblea de Accionistas**

Las asambleas de accionistas deben ser asambleas ordinarias o extraordinarias. Las asambleas extraordinarias son aquellas que consideran ciertos aspectos especificados en el artículo 182 de la Ley de Compañías Mexicanas y los estatutos, incluyendo, principalmente, modificaciones a los estatutos, liquidación, disolución, fusión, transformación de un tipo de corporación a otro, cambio en la nacionalidad, cambio en el propósito corporativo, emisión de acciones preferentes e incrementos y reducción de la parte fija del capital. Adicionalmente, nuestros estatutos requieren una asamblea extraordinaria de accionistas para considerar la cancelación del registro de las acciones de la Compañía en la CNBV u otras bolsas de valores extranjeras en las cuales nuestras acciones estén registradas.

Las leyes mexicanas también proveen con una asamblea de accionistas especial que permita a los tenedores de acciones de las series de cualquier clase a votar en determinaciones que pudieran perjudicar exclusivamente los derechos de los tenedores de dichas acciones.

Las asambleas de los tenedores de las acciones Series A y D deben ser celebradas por lo menos una vez al año para considerar la aprobación de nuestros estados financieros y de algunas de las subsidiarias para el año fiscal inmediato anterior, y para determinar la distribución de las utilidades del año inmediato anterior. Los tenedores de las acciones Series A, D y L en sus respectivas asambleas especiales deben de designar, remover o ratificar de su cargo a los consejeros, y comisarios, así como determinar su compensación.

Las resoluciones adoptadas en una asamblea de accionistas ordinaria o extraordinaria, son validas en el momento en que en la reunión son adoptadas por los tenedores de al menos la mayoría del capital accionario con derechos de voto, emitido y suscrito (sin abstención), mientras que las resoluciones adoptadas en una asamblea de accionistas especial serán válidas en el momento en que se adopten por parte de al menos la mayoría, de los tenedores de las acciones emitidas, suscritas y pagadas, de las series facultadas para asistir a esa asamblea especial.

El quórum para las asambleas especiales de cualquier Serie de acciones es la mayoría de los tenedores de las acciones emitidas y suscritas del capital social, de esas Series y se pueden tomar decisiones por parte de los tenedores de la mayoría de las acciones. El quórum para las asambleas ordinarias y extraordinarias en las que los tenedores de las acciones Serie L no esta autorizados para votar en 76% de los tenedores de nuestras acciones Series A y D, y el quórum para las asambleas extraordinarias en la que los tenedores de las acciones Serie L tienen el derecho de voto es 82% del capital accionario emitido, suscrito y pagado.

Las asambleas de accionistas pueden ser convocadas por la Junta de Consejo, nuestros comisarios de acuerdo a los estatutos mexicanos o un tribunal. Los tenedores del 10% o más de nuestro capital social pueden requerir al Consejo de Administración o a los comisarios convocar a una asamblea de accionistas en la cual los accionistas de la Serie L serían sujetos a voto y los accionistas del 10% o más de las Series A y D requerirán que el Consejo de Administración o los comisarios convoquen una asamblea en la que los accionistas de la Serie L no podrían votar. La convocatoria de la asamblea y la agenda deben ser publicadas en el Diario Oficial de la Federación o en un periódico de circulación general al menos 15 días antes de la asamblea. Para poder asistir a las asambleas los tenedores deben depositar sus acciones y recibir un certificado de parte del Secretario del consejo (o, en caso de los accionistas Serie A y Serie D, de nuestro Banco Agente) autorizando la participación en esas asambleas al menos 48 horas por adelantado de la hora establecida, en el caso de las acciones Serie L que se encuentran depositadas en el Indeval. En caso de tener derecho de asistir a la asamblea, un accionista puede estar representado por un apoderado. Nuestros consejeros y comisarios no pueden actuar como apoderados.

Bajo la ley mexicana, los tenedores del 20% de nuestras acciones comunes están facultados para votar en asuntos particulares, pueden oponerse a resoluciones judiciales adoptadas en la asamblea general si se cumplen las siguientes condiciones:

- dichos tenedores presenten una queja en las cortes federales mexicanas dentro de 15 días después de que se llevó a cabo la reunión en la que dicha acción fue tomada;
- las quejas de dichos tenedores detallen las provisiones de la ley mexicana o de nuestros estatutos que son violados y la razón para la queja; y
- dichos tenedores que fueron representados en la reunión anual cuando la acción fue tomada o, si los representados votaron en contra de dicha acción.

### **Restricciones de Transferencia**

Nuestros estatutos establecen que ningun tenedor de acciones Serie A o Serie D pueden vender sus acciones a menos que revelen los términos de la venta propuesta y el nombre del posible comprador y

que previamente haya ofertado las acciones a tenedores de la otra serie al mismo precio y condiciones como es la intención de la venta accionaria al tercero. En el caso que los accionistas a los que se les hayan ofrecido las acciones no deciden a comprar en un plazo de 90 días de la oferta, el accionista vendedor es libre de vender las acciones al tercero al precio y bajo las condiciones específicas. Adicionalmente, nuestros estatutos imponen ciertos procedimientos en relación con la promesa de venta de acciones Serie A y Serie D a cualquier institución financiera que es designada, entre otras cosas, para asegurar que las acciones comprometidas será ofrecida a los accionistas de la otras Series a precio de mercado previo a cualquier cierre. Finalmente, la propuesta de transferencia de acciones Serie A o Serie D diferentes a la propuesta de venta o compromiso de venta, o un cambio en el control de los accionistas Serie A o Serie D que son subsidiarias de los accionistas principales, podría iniciar el derecho de primera negativa de compra de las acciones a precio de mercado. Ver “Punto 7. Principales Accionistas y Transacciones con Partes Relacionadas- Principales Accionistas – El Acuerdo de Accionistas.”

### **Derechos de Dividendos**

En la asamblea general ordinaria de accionistas de las Series A y D, el consejo de administración provee los estados financieros del ejercicio fiscal inmediato anterior, junto con un informe del consejo a los accionistas. Los accionistas de la Serie A y D, una vez que hayan aprobado los estados financieros, determinan la aplicación de la utilidad del ejercicio del ejercicio inmediato anterior. Ellos necesitan separar por ley, al menos un 5% de la utilidad neta a la reserva legal, la cual no es susceptible a distribuirse excepto como dividendo en acciones, hasta la medida que el monto de la reserva legal sea igual al 20% de nuestro capital social histórico (antes del efecto de la inflación). A partir de ahí, los accionistas pueden determinar y asignar cierto porcentaje de la utilidad neta a cualquier reserva especial, incluyendo una reserva para recompra de nuestras acciones. El remanente de la utilidad neta es susceptible a distribución. Todas las acciones en circulación están totalmente pagadas (incluyendo las acciones Serie L) a la fecha de decreto de dividendo u otra distribución de capital, los accionistas de todas las Series tienen los mismos derechos sobre esos dividendos u otras distribuciones. Ninguna acción esta facultada para el pago de un dividendo preferente. Las acciones que estén parcialmente pagadas participan de los dividendos y otras distribuciones en la misma proporción que esas acciones han sido pagadas a la fecha del dividendo y otras distribuciones. Las acciones en tesorería no son susceptibles de dividendos u otras distribuciones. Después de diez años, los dividendos vencen a favor de la compañía.

### **Liquidación**

En caso de liquidación, un liquidador puede ser designado para cerrar nuestros negocios. Todas las acciones en circulación pagadas (incluyendo las acciones Serie L) tendrán derecho a participar de igual forma en la liquidación. Las acciones que estén parcialmente pagadas participan en cualquier distribución en la proporción en que hayan sido pagadas a la fecha de la liquidación. No hay preferencias en liquidación para ninguna de las Series de nuestras acciones.

### **Derechos de Preferencia**

En caso de un aumento de capital, un accionista de las acciones existentes de las acciones que serán emitidas, tiene el derecho preferencial de suscribir el número de acciones necesario de la misma Serie para mantener la proporción de sus acciones. Los derechos preferenciales deben ser ejercidos dentro del período de no menos de 15 días después de la publicación del aviso del aumento de capital en el *Diario Oficial de la Federación* y en uno de los periódicos de mayor circulación en nuestro domicilio corporativo. Bajo las leyes mexicanas, los derechos preferenciales no pueden ser ejercitados antes de la emisión y no pueden ser representadas por un instrumento negociable por separado de las acciones correspondientes. En consecuencia, no pueden ser comercializados los derechos relacionados con el incremento de capital. Los tenedores de las ADSs que son estadounidenses o que residen en los Estados Unidos pueden ser restringidos en su habilidad de participar en el ejercicio de sus derechos preferenciales. Ver “Factores de Riesgo—Riesgos Relacionados con acciones Serie L y los ADSs” para una descripción de las circunstancias bajo las cuales los accionistas de los ADSs no pueden ser sujetos a ejercer esos derechos preferenciales.

### **Legislación para la Inversión Extranjera; Provisiones Relacionadas con los Estatutos.**

La tenencia de extranjeros de acciones de compañías mexicanas se encuentra regulada bajo la *Ley de Inversión Extranjera* de 1993 y su reglamento posterior de 1998, la *Comisión Nacional de*

*Inversión Extranjera* es responsable de la administración de la Ley de Inversión Extranjera. Con el objeto de cumplir con las restricciones del porcentaje de capital que puede ser propiedad de inversionistas extranjeros, las compañías mexicanas generalmente limitan la tenencia de mexicanos a ciertas clases de acciones. Bajo las Leyes de Inversión Extranjeras, un fideicomiso para los beneficiarios de uno o más inversionistas extranjeros puede calificar como mexicano si el fideicomiso cumple con ciertos requisitos que asegurarán que los inversionistas extranjeros no determinarán como votan las acciones.

La Ley de Inversión Extranjera generalmente permite a tenedores extranjeros de hasta un 100% del capital accionario de las compañías mexicanas. Aún y cuando, la ley se reserva ciertas actividades extranjeras exclusivamente para mexicanos y reserva ciertas actividades exclusivamente para individuos o corporaciones mexicanas, las cuales contienen prohibición de tenencia accionaria extranjera de la compañía. A pesar de que la Ley de Inversión Extranjera otorga amplia autoridad a la Comisión de Inversión Extranjera para permitir a los inversionistas extranjeros poseer más del 49% del capital de una corporación mexicana después de tomar en consideración políticas públicas y preocupaciones económicas, nuestros estatutos establecen que las acciones Serie A deben en todo momento representar no menos del 51% de las acciones con voto (excluyendo las acciones serie L) y solo pueden ser poseídas por inversionistas mexicanos.

De acuerdo a nuestros estatutos, en el evento que las acciones Serie A sean suscritas o adquiridas por cualquier accionista tenedor de acciones de cualquier otra serie, y el tenedor sea extranjero, estas acciones Serie A automáticamente se convierten en acciones de la misma serie de las acciones que es dueño, y esta conversión se considera efectiva al mismo tiempo que la suscripción o adquisición, proporcionada sin embargo que las acciones Serie A nunca deben de representar menos del 51% del capital social.

#### **Otras Provisiones**

**Amortización.** Nuestras acciones pagadas por completo están sujetas a amortización en relación a (i) una reducción de participación de capital o (ii) a la redención de utilidades retenidas, las cuales en ambos casos, deben ser aprobadas por nuestros accionistas en una asamblea extraordinaria de accionistas. Las acciones sujetas a cualquier amortización deben ser elegidas por nosotros en conjunto o en el caso de redención con utilidades retenidas, por medio de compra de acciones por medio de una oferta realizada en la Bolsa Mexicana de Valores, de acuerdo con la Ley General de Sociedades Mercantiles.

**Variaciones de Capital.** De acuerdo con nuestros estatutos, cualquier cambio en nuestro capital social autorizado requiere de una resolución en una asamblea general de accionistas. Tenemos permitido emitir acciones de capital fijo y de capital variable. Actualmente todas las acciones emitidas de nuestro capital social incluyendo, las acciones de la Serie B y Serie L que se encuentran en nuestra tesorería, constituyen capital fijo. La parte fija de nuestro capital solo puede ser incrementada o disminuida por medio de modificación a nuestros estatutos, mediante una resolución en una asamblea general extraordinaria de accionistas. La parte variable de nuestro capital social puede ser incrementada o disminuida por resolución en la asamblea ordinaria de accionistas sin modificar los estatutos. Bajo la ley mexicana y nuestros estatutos, la porción variable de nuestro capital puede ser amortizada en cualquier momento a un precio de amortización igual a lo que resulte menor de:

- 95% del precio promedio de mercado de dichas acciones en la Bolsa Mexicana de Valores de 30 días de operación en los que dicha acción haya sido cotizada previos a la fecha en que el ejercicio de la opción se hace efectivo; y
- el valor en libros de dichas acciones al cierre del año fiscal en que el ejercicio de la opción es efectivo.

Si la opción es ejercida durante los primeros tres trimestres del año fiscal, es efectiva al final de ese año fiscal, pero si es ejercida durante el cuarto trimestre, es efectiva al final del siguiente año fiscal. El precio de amortización será pagadero después de la asamblea ordinaria de accionistas en la cual los estados financieros sean aprobados.

**El capital fijo puede no ser amortizado.** Solicitudes de amortización serán satisfechas solo en la medida de la disponibilidad del capital variable y en el orden en que las solicitudes fueron recibidas.

Solicitudes recibidas simultáneamente son cubiertas proporcionalmente en la medida de la disponibilidad del capital disponible.

**Pérdida de Derechos.** De acuerdo a la ley mexicana, nuestros estatutos consideran que nuestros accionistas extranjeros formalmente acuerdan con la *Secretaría de Relaciones Exteriores* a:

- el ser considerados como mexicanos con respecto a las acciones que adquieren o poseen, así como a su propiedad, derechos, concesiones, participaciones o intereses en nuestra propiedad o a los derechos y obligaciones derivados de cualquier acuerdo que tengamos con el gobierno mexicano; y
- no solicitar la protección de su gobierno en asuntos relacionados con su propiedad accionaria de nuestras acciones.

La falla en el cumplimiento de esas provisiones está sujeta a la pena de pérdida de su interés accionario a favor de México. Bajo esta condición, un accionista extranjero se considera haber acordado no solicitar la protección de su gobierno pidiendo que interponga una querrela diplomática contra el gobierno mexicano con respecto de sus derechos como accionista. En la opinión del Lic. Carlos Aldrete Ancira, nuestro Director Jurídico, bajo esta condición un accionista extranjero no se considera que haya renunciado a ningún otro derecho que pueda tener, incluyendo cualquier derecho bajo las leyes de valores de los Estados Unidos, con respecto a su inversión en nuestra compañía. Si el accionista solicita esta protección gubernamental en violación con este acuerdo, sus acciones pueden ser perdidas a favor del gobierno mexicano. Las leyes mexicanas requieren que esta condición sea incluida en todos los estatutos de todas las corporaciones mexicanas a menos que esos estatutos prohíban propiedad de acciones a personas extranjeras.

**Duración.** Nuestra existencia bajo las leyes mexicanas continúa hasta el año 2090, a menos que sea extendida mediante una resolución en una asamblea extraordinaria de accionistas.

**Recompra de acciones.** De acuerdo con nuestros estatutos, generalmente no recompramos nuestras acciones, sujeto a ciertas excepciones. Primero, podríamos recomprar acciones completamente pagadas por cancelación con ganancias distribuibles por medio de una decisión de una asamblea extraordinaria de accionistas. Segundo, mediante una adjudicación judicial, podríamos adquirir acciones de un accionista como pago de una deuda con nosotros de ese accionista, debiendo vender estas acciones dentro de un plazo de 3 meses, de otra forma nuestro capital social sería reducido y dichas acciones canceladas. Tercero, de acuerdo a nuestros estatutos, también tenemos permitido recomprar nuestras acciones en la Bolsa Mexicana de Valores bajo ciertas circunstancias, con fondos de una reserva especial creada con ese propósito. Podríamos mantener acciones recompradas en la tesorería, con lo que podrían ser tratadas como autorizadas y emitidas pero no disponibles a menos que sean subsecuentemente suscritas y vendidas.

**Conflicto de Intereses.** Un accionista o consejero que vota en una transacción de negocios en la cual existe un conflicto de intereses, puede considerarse responsable por daños, pero solo si esa transacción hubiese sido aprobada sin el voto de ese accionista o consejero.

**Acciones en Contra de los Consejeros.** Se pueden iniciar acciones de responsabilidad civil en contra de los consejeros por resolución mediante asamblea ordinaria de accionistas. En caso de que los accionistas decidan realizar esa acción, los consejeros en contra de los cuales se haya realizado la acción, dejarán de ser consejeros de la compañía. Adicionalmente, los accionistas (incluyendo a los tenedores de las acciones Serie L) que representen en su conjunto, no menos del 15% de las acciones en circulación, pueden realizar esas acciones en contra de los consejeros, cuando (i) los accionistas no estén de acuerdo en la decisión de la asamblea de accionistas de no tomar acción en contra de los consejeros, y (ii) el reclamo cubra todos los daños supuestos que hayan sido causados en nuestra contra y no solo la porción correspondiente de esos accionistas. Cualquier recuperación de daños con respecto a esa acción será en nuestro beneficio y no para los accionistas que realizaron la acción.

**Derechos de Retiro.** Cuando los accionistas aprueben un cambio en la actividad principal de la compañía, cambio de nacionalidad de la compañía o transformación de una compañía en otra, cualquier accionista con derecho a voto para ese cambio que haya votado en contra del cambio podrá retirarse de nuestra compañía y recibir la cantidad calculada correspondiente a sus acciones de acuerdo a lo

especificado por la Ley Mexicana, siempre y cuando ejerza su derecho dentro de los 15 días siguientes a la asamblea en la cual se haya aprobado ese cambio. En este caso, el accionista estaría facultado al reembolso de sus acciones, en proporción de los activos de la compañía de acuerdo con el último balance aprobado. Debido a que los accionistas de la Serie L no pueden votar en ciertos de estos cambios, este retiro de acciones está disponible para los tenedores de las acciones Serie L en menores casos que los tenedores de otro tipo de acciones de nuestro capital social.

### **Derechos de Accionistas**

Las protecciones permitidas a los accionistas minoritarios bajo las leyes mexicanas son diferentes de las otorgadas por los Estados Unidos y muchas otras jurisdicciones. La ley concerniente a actividades fiduciarias de los consejeros no ha sido sujeta a una extensa interpretación judicial en México, a diferencia de muchos estados en los Estados Unidos, donde los derechos de preocupación y fidelidad elaborados por decisiones judiciales ayudan a definir los derechos de los accionistas minoritarios. Los procedimientos civiles mexicanos, no contemplan demandas de clases o derivadas de accionistas, las cuales permiten a los accionistas en los tribunales de los Estados Unidos a realizar demandas por parte de otros accionistas o los obliga a ejercer sus derechos en la misma corporación. Los accionistas no pueden reclamar demandas corporativas tomadas en una asamblea de accionistas a menos que cumplan con ciertos requisitos de procedimiento, que se describen mas adelante “—Juntas de Accionistas.”

Como resultado de estos factores, en la práctica sería más difícil para nuestros accionistas minoritarios ejercer sus derechos en contra de nosotros o nuestros consejeros o nuestros accionistas controladores, de lo que sería para accionistas de una compañía en Estados Unidos.

Adicionalmente, bajo las leyes de valores en los Estados Unidos, como un emisor privado extranjero, estamos exentos de ciertas reglas que aplican para emisores domésticos en los Estados Unidos con acciones registradas en la Comisión de Valores de los Estados Unidos de América, de acuerdo a la ley de 1934, incluyendo las reglas de solicitud de poderes, las reglas que requieren el desglose de la tenencia accionaria de los consejeros, directores ejecutivos y ciertos accionistas. También estamos exentos de los requerimientos de control corporativo de la Bolsa de Valores de Nueva York, incluyendo los requerimientos que se refieren a los consejeros independientes.

### **Ejecución de Leyes Civiles**

Estamos organizados bajo las leyes de México, y la mayor parte de nuestros consejeros, directores y contralores, residen fuera de los Estados Unidos. Adicionalmente, todos o la mayoría de nuestros activos y sus activos están en México. Como resultado, sería difícil para los inversionistas realizar un proceso en contra de esas personas en los Estados Unidos. También sería difícil demandarlos, dentro o fuera de los Estados Unidos, los juicios obtenidos en contra de ellos por los juzgados en los Estados Unidos, o las demandas de los juzgados en los Estados Unidos en cualquier acción basada en pasivos civiles bajo las leyes federales de valores en los Estados Unidos. No hay duda del cumplimiento de esas personas en México, a pesar de que las demandas originales o las demandas para hacer cumplir juicios de los tribunales de los Estados Unidos de responsabilidades basadas solamente en leyes federales de valores en los Estados Unidos.

## CONTRATOS RELEVANTES

Fabricamos, embotellamos, distribuimos y vendemos refrescos y agua embotellada de acuerdo a los contratos de embotellador con The Coca-Cola Company. Para leer acerca de los términos de estos contratos, Ver “Punto 4. Información de la Compañía–Contratos de Embotellador”. Adicionalmente de acuerdo con un contrato de uso de marcas con The Coca-Cola Company estamos autorizados a utilizar ciertas marcas de The Coca-Cola Company. Véase “Punto 4. Información de la Compañía - Contratos de Embotellador”.

Estamos administrados como una empresa co-inversión entre una subsidiaria de FEMSA y ciertas subsidiarias de The Coca-Cola Company, según las disposiciones de los acuerdos de accionistas. Para leer acerca de los términos de este acuerdo, Ver “Punto 7. Principales Accionistas y Operaciones con Partes Relacionadas–Principales Accionistas – El Acuerdo de Accionistas”.

Compramos la mayoría de las botellas de plástico no retornables y pre-formas para el soplado de botellas, a ALPLA, un proveedor de PET autorizado por The Coca-Cola Company, de conformidad con el contrato en el que entramos en Abril de 1998 para nuestras operaciones en México. Bajo este contrato, le rentamos a ALPLA el espacio de la planta para el soplado de las botellas de PET que utilizaremos de acuerdo a determinadas especificaciones y cantidades.

Ver “Punto 5. Revisión Operativa y Financiera y Perspectivas–Obligaciones Contractuales” para un breve análisis de ciertos términos de nuestros contratos significativos de deuda.

Ver “Punto 7. Principales Accionistas y Operaciones con Partes Relacionadas–Transacciones con Partes Relacionadas” para la discusión de estas y otras transacciones con nuestras afiliadas y compañías asociadas.

## **CONTROL DE CAMBIOS**

La economía mexicana ha sufrido un déficit de la balanza de pago y escasez de la reserva de divisas extranjeras. Si bien el gobierno mexicano no restringe actualmente la capacidad de los mexicanos o de personas o entidades extranjeras de convertir pesos a dólares estadounidenses, no se puede dar ninguna garantía de que el gobierno mexicano no impondrá una política restrictiva de control de cambio en el futuro.

## IMPUESTOS

El siguiente resumen contiene una descripción de los principales aspectos fiscales de EE.UU. y de México por la compra, titularidad y disposición de nuestros pagarés al 8.95% pagaderos al 1ero de noviembre del 2006, acciones de la Serie L o ADSs por parte de un tenedor que es ciudadano o residente de los Estados Unidos, una corporación local de EE.UU., o una persona o entidad que de otra manera estaría sujeta al impuesto a la renta de EE.UU. sobre la base de la utilidad neta con respecto a las ADSs. El mismo no tiene por finalidad ser una descripción exhaustiva de todas las consideraciones fiscales que puedan ser relevantes para una decisión de comprar pagarés, acciones Serie L o ADSs. En particular, este análisis no contempla todas las consideraciones del impuesto a la renta federal mexicano o de EE.UU. que puedan tener relevancia para un inversionista específico, ni contempla las reglas fiscales especiales que se aplican a ciertas categorías de inversionistas, como bancos, intermediarios, agentes que deciden entrar en el mercado, entidades con exención fiscal, compañías de seguros, inversionistas que poseen pagarés, acciones de la Serie L o ADSs como parte de una transacción integrada, de protección, de cobertura o conversión o inversionistas que poseen una divisa funcional distinta del dólar. Este resumen trata solamente de los tenedores de EE.UU. que mantendrán pagarés, acciones de la Serie L o ADSs como activos de capital, y no hace referencia al tratamiento fiscal de un tenedor de EE.UU. que posee o que se le trata como si poseyera el 10% o más de las acciones con derecho a voto (incluidas acciones de la Serie L) de nuestra compañía, y no hace referencia a la situación de tenedores de pagarés que no adquirieron los pagarés como parte de la distribución inicial.

El resumen se basa en las leyes fiscales de los Estados Unidos y México vigentes a la fecha de este reporte anual, incluidas las disposiciones del tratado respecto del impuesto a la renta entre los Estados Unidos y México, que se refiere como el pacto fiscal, que están sujetas a cambio. El resumen no hace referencia a ninguna consecuencia fiscal de acuerdo con las leyes de cualquier estado o localidad de México o de los Estados Unidos, o las leyes de cualquier jurisdicción fiscal, distintas de las leyes federales de México y los Estados Unidos. Se recomienda a los tenedores de pagarés, acciones de la Serie L o ADSs consultar a sus asesores fiscales sobre las consecuencias fiscales en los EE.UU., México u otras respecto de la compra, titularidad y disposición de pagarés, acciones de la Serie L o ADS, y en particular sobre el efecto de cualquier ley fiscal extranjera, estatal o local.

### **Impuestos Mexicanos**

Para los fines de este resumen, el término “tenedor no residente” significa un tenedor que no es residente de México y que no mantiene pagarés, acciones de la Serie L o ADSs en relación con la conducta de una negociación o negocio, a través de un establecimiento permanente en México. Para los fines de los impuestos mexicanos, una persona física es un residente de México si ha establecido su residencia en México, y que hubiera vivido fuera de México pero que su centro de vital interés (como se define en el Código Mexicano) este en México. Se considera que el centro de vital interés de un individuo esta situado en México, entre otros casos, cuando más del 50% del ingreso de la persona durante el año calendario originados dentro de México.,. Una entidad jurídica es un residente de México ya sea por haberse establecido de conformidad con la ley mexicana o por tener su sede principal de negocios o su sede administrativa efectiva en México. Se presume que un ciudadano mexicano es residente de México, salvo que pueda demostrar lo contrario. Si se considera que una entidad legal o persona posee un establecimiento permanente o sede fija en México para los efectos fiscales, todas las ganancias atribuibles a dicho establecimiento permanente estarán sujetas a los impuestos mexicanos, de conformidad con las leyes fiscales aplicables.

### **Consideraciones Fiscales Relativas a los Pagarés**

***Tributación de los Intereses y del Capital con Respecto a los Pagarés.*** Bajo la ley de impuesto sobre la renta de México, los pagos de intereses por un emisor mexicano, con respecto a sus pagarés (incluyendo pagos de principal en exceso del precio de emisión de tales pagarés, que, bajo la ley mexicana, se consideran intereses) a un tenedor no residente estarán generalmente sujetos a retención fiscal mexicana a una tasa del 4.9% si (i) los pagarés relevantes están registrados en la Sección Especial del Registro Nacional de Valores e Intermediarios mantenido por la Comisión Nacional de Banca y Valores, (ii) los pagarés se colocan por medio de bancos o casas de bolsa, en un país que haya celebrado un tratado con México para evitar la imposición doble con México, y (iii) ninguna parte relacionada con nuestra compañía (según esté definida en la ley aplicable sean accionistas de nuestra compañía propietarios, directa o indirectamente, individual o colectivamente, con personas relacionadas (dentro del

significado de la ley aplicable) más del diez por ciento de nuestras acciones con derecho a voto o corporaciones donde más del veinte por ciento de las acciones sean propiedad, directa o indirectamente, individual o colectivamente, con personas relacionadas de nuestra compañía), directa o indirectamente, sea el beneficiario real del cinco por ciento o más del monto total de cada uno de dichos pagos de interés

Aparte de la Ley del impuesto sobre la renta expuesta en el párrafo anterior, puede que apliquen otras disposiciones que reducen la tasa de retención fiscal mexicana. Bajo el Tratado Fiscal, la tasa sería el 4.9% para ciertos tenedores que son residentes de los Estados Unidos (dentro del contexto del Tratado Fiscal). Si los requerimientos descritos en el párrafo anterior no son cumplidos y no existe aplica alguna otra provisión en México para la tasa de reducción a los impuestos retenidos, entonces dichos pagos de intereses serán sujetos a una tasa de retención mexicana a una tasa del 10%.

Los pagos de intereses hechos por nuestra compañía con respecto a los pagarés relacionados con fondos de pensiones o jubilación no mexicanos estarán exentos de retención fiscal mexicana, siempre que tal fondo (i) esté debidamente constituido de conformidad con las leyes de su país de origen y sea el beneficiario efectivo de los intereses acumulados, (ii) esté exento de impuestos sobre la renta en tal territorio, y (iii) esté registrado ante la Secretaría de Hacienda para tal fin.

Hemos acordado, sujeto a excepciones específicas, pagar sumas adicionales, referidas en este reporte como Sumas Adicionales a los tenedores de los pagarés con respecto a la retención fiscal mexicana mencionada anteriormente. Si pagamos Sumas Adicionales con respecto a tal retención fiscal mexicana, cualquier reembolso recibido con respecto a tales Sumas Adicionales será en nuestro favor.

Podemos solicitar a los tenedores o beneficiarios de los pagarés que proporcionen cierta información o documentación requerida por la ley aplicable para facilitar la determinación de la tasa de retención fiscal apropiada aplicable a tales tenedores o beneficiarios. En el supuesto de que la información o documentación especificada relativa al tenedor o beneficiario, si se solicita, no se proporcione a tiempo, nuestra obligación de pagar sumas adicionales puede estar limitada.

Bajo la ley y los reglamentos mexicanos existentes, un tenedor no residente no estará sujeto a ningún impuesto mexicano con respecto a los pagos de capital hechos por nosotros en relación con los pagarés.

***Tributación de las Disposiciones de Pagarés.*** Las ganancias de capital resultantes de la venta u otra disposición de los pagarés por parte de un tenedor no residente no estarán sujetas a impuestos sobre la renta o de otro tipo.

#### **Consideraciones Fiscales Relacionadas con las Acciones Serie L y los ADSs**

***Tributación de los Dividendos.*** Bajo las leyes mexicanas, los dividendos pagados, en efectivo o en especie con respecto a las acciones Serie L representadas por ADSs o las acciones Serie L quedan exentas del pago de impuestos mexicanos.

***Impuesto a la Disposición de ADSs o Acciones de la Serie L.*** Las ganancias por la venta o disposición de ADSs por tenedores que sean individuos no residentes de México, no estará sujeta al pago de impuestos mexicanos. Las ganancias por la venta de acciones de la Serie L realizadas por individuos no residentes en México a través de la Bolsa Mexicana de Valores y otros mercados aprobadas por la Secretaría de Finanzas en México, estarán por lo general exentas del pago de impuestos mexicanos. Sin embargo, se aplicarán ciertas restricciones si las acciones de la Serie L son transferidas como consecuencia de ofertas públicas.

Las ganancias obtenidas por la venta u otras disposiciones de las acciones de la Serie L o ADSs que se hayan generado en otras circunstancias estarán sujetas a impuestos mexicanos, independientemente de la nacionalidad o residencia del vendedor. Sin embargo, de acuerdo con el Pacto Fiscal, aquellos tenedores a quienes se les pueda exigir el pago de impuestos de acuerdo a lo establecido en el Tratado Impositivo, estarán exentos del pago de impuestos mexicanos sobre las ganancias obtenidas por la venta u otra disposición de acciones de la Serie L o ADSs en aquellas transacciones que no se hayan realizado a través de la BMV u otros Mercados de Valores aprobados, en la medida en que el tenedor no haya poseído directa o indirectamente, 25% o más del total de nuestro capital (incluyendo acciones de la Serie L representadas por ADSs) dentro de un período de 12 meses anterior a esa venta o disposición. Los

depósitos de las acciones de la Serie L realizados como intercambio de ADSs y retiros de acciones de la Serie L realizados como intercambio de ADSs no darán lugar al pago de impuestos mexicanos.

Los tenedores que no son residentes que no cumplan con los requisitos referidos anteriormente están sujetos a un 5% de retención de impuestos en el precio de venta bruto en la venta de las acciones serie L en la Bolsa Mexicana de Valores. Alternativamente, los tenedores no residentes pueden elegir ser sujetos al 20% de la tasa de impuesto en sus ganancias netas de la venta como es calculado de acuerdo a la Ley de Impuesto sobre la renta en México. En ambos casos, las instituciones financieras involucradas en la transferencia deberán retener el impuesto.

### **Otros Impuestos Mexicanos**

No existen impuestos a las herencias, sucesiones, donaciones o al valor agregado que sean aplicables a la propiedad, transferencia, cambio o disposición de los pagarés, ADSs o acciones Serie L, aunque las transferencias gratuitas de acciones Serie L pueden, en ciertas circunstancias hacer que se impongan impuestos federales mexicanos al receptor. No existen impuestos o derechos de sello, a la emisión, registro o de índole similar pagaderos por los tenedores de pagarés, ADSs o acciones Serie L.

### **Impuestos Estadounidenses**

#### **Consideraciones Fiscales relativas a los Pagarés**

***Tributación de los Intereses y Sumas Adicionales con Respecto a los Pagarés.*** Los tenedores estadounidenses tratarán la suma bruta de intereses y Sumas Adicionales (es decir, sin reducción de impuestos retenidos en México) como ingresos ordinarios por intereses con respecto a los pagarés. La retención fiscal mexicana pagada a la tasa apropiada aplicable al tenedor estadounidense se tratará como impuesto sobre la renta extranjero elegibles para ser acreditados contra tales obligaciones fiscales federales sobre la renta de los Estados Unidos del tenedor, sujeto a limitaciones y condiciones aplicables de forma general, o, a elección de tal tenedor estadounidense, para reducción a fin de computar los ingresos sujetos a impuestos de dicho tenedor estadounidense. Los Intereses y las sumas adicionales constituyen ingresos sin el propósito de acreditarlos en los Estados Unidos para efectos fiscales. Durante cualquier período en que la tasa aplicable sea del 4.9%, tales ingresos constituirán generalmente “ingresos pasivos” o, en el caso de ciertos tenedores estadounidenses, “ingresos por servicios financieros”. Si la tasa de retención fiscal mexicana aplicable a un tenedor estadounidense es igual o superior al 5%, tales ingresos constituirán generalmente “intereses fiscales de retención altos”.

El cálculo de créditos fiscales extranjeros y, en el caso de un tenedor estadounidense que elija deducir impuestos extranjeros, la disponibilidad de las deducciones, conllevan la aplicación de reglas que dependen de las circunstancias particulares de los tenedores estadounidenses. Los tenedores estadounidenses consultarán con sus propios asesores fiscales en relación con la disponibilidad de créditos fiscales extranjeros y el tratamiento de las Sumas Adicionales.

No se permitirán los créditos por impuestos extranjeros para la retención impositiva con respecto de ciertas posiciones de valores protegidas o a corto plazo o respecto de convenios en los que la ganancia económica esperada por el tenedor estadounidense, no es substancial. Los tenedores estadounidenses deberán consultar con sus propios asesores en relación con las implicaciones de estas reglas en vista de sus circunstancias específicas.

Un tenedor o beneficiario de pagarés que sea, con respecto a los Estados Unidos, una corporación extranjera o un extranjero no residente no estará sujeto por lo general a retención fiscal o impuestos federales estadounidenses sobre los ingresos por intereses o sumas adicionales obtenidos con respecto a los pagarés, a menos que tales ingresos estén conectados efectivamente con la ejecución por parte del tenedor no estadounidense de actividades profesionales o comerciales en los EE.UU.

***Tributación de las Disposiciones de Pagarés.*** Una ganancia o pérdida realizada por un tenedor estadounidense en relación con la venta, canje, rescate u otro tipo de disposición de los pagarés se considerará por lo general una ganancia o pérdida de capital a largo plazo si, en el momento de la disposición, los pagarés se han mantenido durante más de un año. Una ganancia de capital a largo plazo reconocida por un tenedor estadounidense que sea una persona se encuentra sujeta a una tasa fiscal menor

de impuestos que un ingreso ordinario o que una ganancia de capital a corto plazo. La deducción de una pérdida de capital es sujeta a limitaciones para propósitos de impuestos estadounidenses.

### **Consideraciones Fiscales relacionadas con las Acciones Serie L y las ADS**

En general, para fines de impuesto sobre la renta federales de los EE.UU., los tenedores de ADSs serán tratados como propietarios de las acciones Serie L representadas por tales ADSs.

**Tributación de los Dividendos.** El monto bruto de cualquier dividendo pagado con respecto a las acciones Serie L representadas por ADSs. Las acciones Serie L, por lo general podrán incluirse en el ingreso bruto de un tenedor estadounidense como ingreso común en la fecha en que el tenedor estadounidense, o el depositario, en el caso de las acciones Serie L representadas por ADSs, recibe los dividendos y no será elegible para la deducción de dividendos recibidos permitida a las corporaciones, de acuerdo con el Código de Recaudación Impositiva Interna de 1986, y sus modificaciones. Los dividendos, pagaderos en pesos mexicanos, podrán incluirse en el ingreso de un tenedor estadounidense en un monto en dólares estadounidenses, calculado mediante referencia al tipo de cambio vigente el día que el tenedor estadounidense, en el caso de las acciones Serie L, o el depositario, en el caso de las acciones Serie L representadas por ADSs, los recibe (a menos que esos pesos se conviertan en dólares a esa fecha). Si esos dividendos se convierten en dólares a la fecha de recepción, un tenedor estadounidense generalmente no deberá requerir reconocer una ganancia o pérdida cambiaria respecto de los dividendos. Sujeto a ciertas excepciones para posiciones de corto plazo y coberturas, la cantidad en dólares de los dividendos recibidos por un tenedor estadounidense individual respecto a las acciones Serie L o ADSs después del 31 de diciembre de 2002 y antes del 1° de enero de 2009 está sujeta a una tasa máxima del 15%. Los tenedores estadounidenses deberán consultar con sus propios consultores acerca de la disponibilidad de reducir la tasa de impuestos sobre dividendos en función a sus circunstancias particulares. Los tenedores estadounidenses deberán consultar con sus propios asesores fiscales sobre el tratamiento de las ganancias o pérdidas en divisas extranjeras, si las hubiera, sobre los dividendos recibidos en pesos mexicanos y que se convierten a dólares estadounidenses en una fecha posterior a la recepción. Los dividendos por lo general constituirán un "ingreso pasivo" de una fuente extranjera, o, en el caso de ciertos tenedores estadounidenses, ingresos por servicios financieros para los fines de los créditos fiscales extranjeros en EE.UU.

La distribución de acciones Serie L adicionales a tenedores con respecto a sus ADSs que se efectúan como parte de una distribución a prorrata a todos nuestros accionistas generalmente no estará sujeta al impuesto sobre la renta federal de los EE.UU.

Un tenedor de acciones Serie L o ADSs no estadounidense que sea, con respecto a los Estados Unidos, una corporación extranjera o tenedor no estadounidense no estará sujeto por lo general a retención fiscal o impuestos federales estadounidenses sobre los dividendos recibidos en relación con las acciones Serie L o ADSs, a menos que tales ingresos estén conectados efectivamente con la ejecución por parte del tenedor no estadounidense de actividades profesionales o comerciales en los EE.UU.

**Tributación de las Ganancias de Capital.** Una ganancia o pérdida realizada por un tenedor estadounidense en relación con la venta o disposición de ADSs o acciones Serie L estará sujeta a impuestos sobre ingresos federales estadounidenses como ganancias o pérdidas de capital por una suma equivalente a la diferencia entre la suma realizada en relación con la disposición y la base tributaria de tal tenedor estadounidense en los ADSs o acciones Serie L. Cualquier ganancia o pérdida será una ganancia o pérdida de capital a largo plazo si las ADSs o acciones Serie L se han mantenido durante más de un año en la fecha de la venta. Una ganancia de capital a largo plazo realizada por un tenedor estadounidense que sea un individuo está sujeta por lo general a una tasa impositiva menor de impuesto que un ingreso ordinario o que una ganancia de capital a corto plazo. La deducción de una pérdida de capital es sujeta a limitaciones para propósitos de impuestos estadounidenses. Los depósitos y retiros de acciones Serie L por tenedores estadounidenses a cambio de ADSs no darán como resultado la realización de una ganancia o pérdida a efectos de impuestos sobre la renta federales de los EE.UU.

Cualquier ganancia obtenida por un tenedor estadounidense en la venta u otra disposición de acciones de la Serie L o ADSs será tratada como una fuente de utilidades para efectos del crédito al impuesto extranjero en los Estados Unidos. Como consecuencia si un tenedor Mexicano desde la perspectiva de que se imponga un impuesto sobre la venta o disposición de acciones Serie L, un tenedor estadounidense que no recibe ingresos significativos del extranjero de otras fuentes no se derivará sobre

créditos extranjeros respecto a los impuestos mexicanos. Por lo tanto los tenedores estadounidenses deben de consultar a sus asesores fiscales respecto a la aplicación de las reglas acerca de la tasa de crédito extranjera para sus inversiones en acciones Serie L.

Un tenedor no estadounidense de acciones Serie L o ADSs, no estará sujeto al impuesto sobre la renta federal de EE.UU. ni a retención fiscal en relación con ninguna ganancia realizada en relación con la venta de acciones Serie L o ADSs, salvo que (i) dicha ganancia esté en efecto vinculada con la conducta del tenedor no estadounidense de un negocio o actividad en los Estados Unidos, o (ii) en el caso de una ganancia obtenida por un tenedor individual no estadounidense., este último esté presente en los Estados Unidos durante 183 días o más en el año fiscal de la venta y se cumplen otras condiciones también.

### **Reportes de Información y Retención de Seguridad de Estados Unidos**

Un tenedor de EE.UU. de acciones Serie L, ADSs y pagarés, puede, en determinadas circunstancias, estar sujeto a “retención de seguridad” con respecto a ciertos pagos a dicho tenedor de EE.UU., tales como dividendos, intereses o el producto de la venta o disposición de las acciones Serie L, ADSs o pagarés, salvo que dicho tenedor (i) sea una corporación o tenga ciertas categorías de exención, y demuestre este hecho cuando así se le solicite o (ii) proporcione un número de identificación de contribuyente correcto, certifique que no está sujeto a la retención de seguridad y que de otra manera cumple con los requisitos aplicables de las reglas de retención de seguridad. Cualquier monto retenido en virtud de estas reglas no constituye un impuesto por separado y será acreditable contra el impuesto sobre la renta federal de EE.UU. Aún cuando los tenedores no son estadounidenses, por lo general están exentos de la retención de seguridad, los tenedores no estadounidenses pueden, en determinadas circunstancias, requerírsele que cumplan con ciertos procedimientos de información e identificación a fin de comprobar su exención.

## **DOCUMENTOS DISPONIBLES**

De conformidad con las leyes y reglas de la SEC que aplican a los emisores extranjeros, presentamos reportes y otra información ante la Comisión de Valores y Bolsa de los EE.UU. Estos materiales, incluido este Reporte Anual y sus anexos, pueden ser inspeccionados y copiados en la sala de referencia pública de la SEC ubicada en 450 Fifth Street, N.W., Washington, D.C. 20549. Favor de llamar a la SEC al 1-800-SEC-0330 para más información sobre la sala de referencia pública y los cargos aplicables a las copias. Como un emisor extranjero, antes del 4 de noviembre de 2002 la SEC no nos solicitaba presentar ningún documento en forma electrónica. Cualquier documento que presentemos electrónicamente estará disponible en la página web de la SEC en <http://www.sec.gov>.

## Punto 11. Divulgaciones Cuantitativas y Cualitativas sobre el Riesgo del Mercado

Nuestras actividades de negocios requieren que tengamos o emitamos instrumentos financieros que nos exponen a riesgos del mercado relacionados con cambios en las tasas de interés, tipos de cambio de monedas extranjeras, riesgos de capital y riesgos en el precio de los commodities.

### Riesgos Derivados por Tasas de Interés

Los riesgos derivados por tasas de interés existen principalmente con respecto a nuestra deuda con tasas variables. Al 31 de diciembre de 2003, nuestra deuda total era de Ps.27,256.8 millones, de los cuales el 35.7% estaban a tasa fija y el 64.3% estaban a tasa variable. Los swaps contratados han cambiado efectivamente el porcentaje de la deuda en tasa variable a deuda en tasa fija. Después de efectuar estos contratos, al 31 de diciembre de 2003 el 69.8% de nuestra deuda estaba a tasa fija y el 30.2% estaba en tasa variable. La tasa de interés variable de nuestra deuda se determina en referencia a: London Interbank Offer Rate, o LIBOR, una tasa similar a la utilizada por los préstamos en Eurodólar, CETE bonos del tesoro de EE.UU. y la TIIE (*Tasa de Interés Interbancaria de Equilibrio*). En caso de incrementos en estas tasas consecuentemente se incrementarían.

La tabla a continuación muestra información acerca de los instrumentos financieros que son sensibles a cambios en las tasas de interés, incluyendo el efecto de los swaps variables de nuestras obligaciones de deuda. La tabla muestra los montos nominales y las tasas de interés variables ponderadas de acuerdo a la fecha de vencimiento contratada. Los montos nominales son utilizados en el cálculo de los pagos contractuales que serán intercambiados bajo los contratos. Las tasas de interés variable ponderadas están basadas en tasas de referencia al 31 de diciembre de 2003, más el spread contratado por nosotros. Los pagos de los instrumentos actuales están denominados en U.S. dólares, pesos mexicanos y pesos colombianos. Todos los pagos mostrados en la tabla están presentados en pesos mexicanos, la moneda en que reportamos, utilizando el tipo de cambio del 31 de diciembre de 2003 de Ps.11.235 por U.S.\$1.0 dólar.

La tabla siguiente también muestra el valor de Mercado de la deuda a largo plazo basado en el valor descontado de los flujos de efectivo contractuales. La tasa de descuento es estimada utilizando las tasas actuales ofrecidas para préstamos con términos y vencimientos pendientes similares. Adicionalmente, el valor de mercado de los pagarés de largo plazo está basado en precios cotizados en el mercado, y el valor de mercado de los swaps está estimado en relación con precios cotizados en el mercado de finalizar los contratos el 31 de diciembre de 2003. Al 31 de diciembre de 2003, el valor de mercado representaba una pérdida por Ps.712 millones.

### Deuda por Año de Vencimiento Al 31 de Diciembre de 2003 (Millones de Pesos Mexicanos constantes)

	Al 31 de diciembre de 2003							Valor de mercado	Al 31 de diciembre de 2002	
	2004	2005	2006	2007	2008	2009 en adelante	Total		Valor registrado	Valor de mercado
<b>Deuda Tasa Fija</b>										
U.S. dólares .....	1,124	390	6,247	781	390	3,433	12,365	12,859	3,263	3,700
Tasa de interés <sup>(1)</sup> ..	9.4%	4.1%	5.5%	4.1%	4.1%	7.3%	6.2%	-	9.1%	-
Pesos.....	-	-	1,418	-	3,750	1,500	6,668	6,860	-	-
Tasa de interés <sup>(1)</sup> ...	-	-	8.7%	-	9.0%	10.2%	9.2%	-	-	-
<b>Deuda Tasa Variable</b>										
U.S. dólares .....	122	8	8	7	2	-	147	147	38	38
Tasa de interés <sup>(1)</sup> ...	2.7%	10.0%	10.0%	10.1%	10.1%	-	2.9%	-	9.5%	-
Pesos.....	905	3,207	914	2,913	457	-	8,396	2,519	5	5
Tasa de interés <sup>(1)</sup> ...	6.3%	5.6%	6.8%	5.9%	6.8%	-	6.0%	-	6.8%	-
<b>Pesos colombianos</b>										
Tasa de interés <sup>(1)</sup> ...	-	266	182	138	-	-	586	586	-	-
Tasa de interés <sup>(1)</sup> ...	-	10.6%	9.7%	10.7%	-	-	10.3%	-	-	-

(1) Calculada con una tasa de interés ponderada.

En la tabla anterior incluimos los efectos de nuestros acuerdos de swap, en el que en cada uno de ellos se contrata un swap para convertir de tasa variable a tasa fija la tasa de interés. Al 31 de diciembre de 2003, teníamos los siguientes acuerdos en circulación:

<b>Fecha de Vencimiento</b>	<b>Monto<sup>(1)</sup></b>	<b>Tasa de pago</b>	<b>Valor de mercado<sup>(1)</sup></b>
2006	Ps. 3,219	3.6%	(29)
2008	6,092	6.7%	(71)

(1) En millones de pesos mexicanos.

Un cambio hipotético, instantáneo y desfavorable de 100 puntos base en la tasa de interés promedio aplicable a los pasivos de tasa variable que teníamos al 31 de diciembre de 2003, incrementaría nuestros gastos de intereses en 2003 en aproximadamente Ps.99 millones, o un incremento del 18.7% a lo largo de un período de 12 meses, asumiendo que no se hubiera incurrido en deuda adicional durante el mismo.

### **Riesgo derivados por Tipo de Cambio.**

Nuestro principal riesgo derivado por tipo de cambio implica cambios en el valor de las monedas locales de cada país en los que operamos en relación con el dólar estadounidense. En 2003, el porcentaje de nuestros ingresos totales consolidados estaba denominado como se muestra a continuación:

#### **Ingresos Totales por Moneda**

**Al 31 de diciembre de 2003**

<b>Moneda / País</b>	<b>%</b>
Peso mexicano (México)	66.6
Quetzal (Guatemala)	1.4
Córdoba (Nicaragua)	1.3
Colón (Costa Rica)	2.2
U.S. Dólar (Panamá)	1.3
Peso colombiano (Colombia)	6.5
Bolívar (Venezuela)	7.1
Real (Brasil)	7.8
Peso argentino (Argentina)	5.8

Estimamos que la mayoría de nuestros costos y gastos consolidados están denominados en pesos mexicanos para nuestras subsidiarias en México y en las monedas mencionadas en la tabla anterior para nuestras subsidiarias extranjeras las cuáles forman parte de Coca-Cola FEMSA. Una substancial mayoría de nuestros costos y gastos denominados en monedas extranjeras, están denominados en U.S. dólares. Al 31 de diciembre de 2003, 45.9% de nuestra deuda total estaba denominada en U.S. dólares, 51.9% en pesos mexicanos y el 2.2% restante en pesos colombianos. Decrementos en el valor de las diferentes monedas en relación al U.S. dólar incrementarán el costo en pesos mexicanos de nuestros costos y gastos denominados en monedas extranjeras y de las obligaciones de pago de deuda con respecto a la moneda extranjera denominada de la deuda. La depreciación del peso mexicano respecto al U.S. dólar afectará también al resultado de pérdida cambiaría en función al incremento en el valor en pesos mexicanos del monto de nuestra deuda en moneda extranjera.

Nuestra exposición al riesgo del mercado asociado con cambios en los tipos de cambio de moneda extranjera relacionados principalmente con nuestras obligaciones de deuda denominadas en U.S. dólar como se muestra en la tabla anterior. Utilizamos ocasionalmente contratos de futuros para divisas con el propósito de cubrir nuestra exposición al U.S. dólar con respecto al peso mexicano y otras monedas.

Al 31 de diciembre de 2003 y 2002, no teníamos ningún contrato de futuros para cubrir nuestras operaciones denominadas en U.S. dólares y tampoco teníamos ningún contrato de opciones para comprar U.S. dólares.

El valor de mercado de los contratos de futuros de divisas está estimado utilizando los precios de cotización del mercado de cada uno de los acuerdos a fin de año asumiendo la misma fecha de vencimiento originalmente contratada. El valor de mercado de las opciones de compra está estimado utilizando el precio de cotización del mercado del costo de dicho acuerdo, considerando las mismas cantidades, tipos de cambios y fechas de vencimiento originalmente contratadas.

En el caso hipotético instantáneo y desfavorable de una devaluación del 10% peso mexicano en relación con el dólar ocurrida el 31 de Diciembre del 2003, habría resultado en un incremento en nuestro costo neto integral de financiamiento consolidado de aproximadamente Ps. 1,239.0 millones, considerando un periodo de 12 meses en 2004, reflejando mayores gasto de intereses y ganancia cambiaria generada por el balance en caja en U.S. dólares a esa fecha, la pérdida neta de nuestra deuda en U.S. dólares al 31 de Diciembre del 2003. Sin embargo, este resultado no toma en cuenta ninguna ganancia en posición monetaria que podría esperarse como resultado de un incremento en la tasa de inflación generado por una devaluación del peso en relación con el U.S. dólar, esta ganancia en posición monetaria reduciría el costo integral de financiamiento consolidado neto.

Al 15 de marzo de 2004, los tipos de cambio en los países en los que operamos han tenido revaluaciones o devaluaciones respecto al U.S. dólar como se muestra a continuación:

	<u>Tipo de cambio 15 de marzo de 2004</u>	<u>(Devaluación) o revaluación</u>
México	10.95	2.5%
Guatemala	8.10	(0.9)%
Nicaragua	15.71	(1.0)%
Costa Rica	422.47	(0.8)%
Panamá	1.00	-
Colombia	2,654.10	4.5%
Venezuela	1,920.00	(3.6)%
Brasil	2.91	(0.7)%
Argentina	2.91	0.9%

En el caso hipotético, instantaneo y desfavorable, de que ocurriera el 31 de diciembre de 2003 una devaluación del 10% de todas las monedas de los países en los que operamos respecto al U.S. dólar, producirían una reducción de nuestro capital accionario aproximadamente en Ps. 2,114 millones y su distribución sería la siguiente:

	<u>Reducción en el Capital accionario (millones de pesos mexicanos)</u>	
Mexico	Ps.	2,115
Guatemala		17
Nicaragua		60
Costa Rica		188
Panamá		85
Colombia		457
Venezuela		94
Brasil		223
Argentina		70

### **Riesgos Derivados del Capital**

Durante 2002, una de nuestras subsidiarias entró en un contrato anticipado para la compra de capital, con vencimiento en junio de 2004, del 92% de las acciones de Molson recibidas por la venta de

Cervejarías Kaiser, por el monto de aproximadamente Ps.203.4 millones. El valor de mercado del capital de la compra anticipada es de Ps.73.8 millones que es la pérdida resultante de la diferencia entre el precio del contrato anticipado y el precio de mercado de las acciones.

**Riesgos Derivados por el Precio de los Commodities.**

Entramos en diversos contratos de derivados para cubrir el costo de ciertas materias primas. El resultado de los precios de los commodities acordados generó una ganancia de Ps.3 millones al 31 de diciembre de 2003, la cual fue registrada en los resultados de las operaciones del año. El precio de mercado es estimado basado en el precio de mercado cotizado si llevamos a cabo estos contratos a la fecha de reporte. Al 31 de diciembre de 2003 teníamos diversos instrumentos de derivados contratados con vencimiento en 2004 y 2005, por un monto total de Ps.59 millones y un valor de mercado Ps.3 millones.

Los contratos y sus condiciones son como se muestra a continuación:

**Al 31 de Diciembre de 2003**  
(Miles de Pesos Mexicanos)

<b>Fecha de Vencimiento</b>	<b>Tipo de Contrato</b>	<b>Monto</b>	<b>Valor de Mercado</b>	<b>Tonelaje</b>
2004	Swaptions	Ps. 37,120	(19)	Tons 2,360
2004	Swaps	21,687	2,783	1,370

El valor de Mercado es estimado basado en los precios de cotización del mercado para finalizar los contratos el 31 de diciembre de 2003.

## Punto 12-14. No Aplicables

## Punto 15. Controles y Procedimientos

(a) Al 31 de diciembre de 2003, llevamos a cabo una evaluación bajo la supervisión y con la participación de la administración de la Compañía, incluyendo al Director General y al Director de Finanzas y Administración, de la efectividad del diseño y operación de los controles y procedimientos de la revelación de la información de la Compañía. Existen limitaciones inherentes de la efectividad de cualquier sistema de revelación de los controles y procedimientos, incluyendo la posibilidad de un error humano y el evadir la ley o anular los controles y procedimientos. Consistente, inclusive con los controles y procedimientos de revelación de información efectivos sólo pueden proporcionar una certeza razonable que la información requerida para la revelación de los reportes de la Compañía presentados y enviados bajo las Leyes de Intercambio de Valores de los Estados Unidos de 1934, modificada, es registrado, procesado, resumido y reportado como y cuando es requerido.

(b) No han habido cambios significativos en nuestros controles internos o en otros factores sobre nuestros resultados financieros reportados en 2003, que pudieran afectar significativamente nuestros controles internos subsiguiente a la fecha que se llevó a cabo la evaluación.

## Punto 16A. Experto Financiero del Comité de Auditoría

En nuestra asamblea anual de accionistas de Marzo 2004, nuestros accionistas eligieron a los siguientes cuatro miembros para el Comité de Auditoría: Alexis Rovzar, Charles H. McTier, José Manuel Canal y Francisco Zambrano y designaron al Sr. José Manuel Canal como “experto financiero del comité de auditoría” dentro de los significados de este Punto 16A. Anticipamos que nuestro consejo de administración, y consejeros aprobarán a este nuevo Comité de Auditoría elegido y que ratificarán la determinación de nuestros accionistas en la próxima Junta de Consejo.

## Punto 16B. Código de Ética

Adoptamos un código de ética, como es definido en el Punto 16B de la Forma 20-F por la Securities Exchange Act of 1934, y sus modificaciones. Nuestro código de ética aplica a nuestro director general, director de finanzas y administración, además de nuestros consejeros, funcionarios y empleados. Nuestro código de ética esta disponible en nuestro website en [http://www.cocacola-femsa.com.mx/codigo de ética](http://www.cocacola-femsa.com.mx/codigo_de_ética). En caso de modificar las provisiones del código de ética que aplican a nuestro director general, director de finanzas y administración y personas desempeñando funciones similares, o si concedemos alguna exención de dichas provisiones, describiremos dichas modificaciones o exenciones en la misma dirección electrónica.

## Punto 16C. Principales Honorarios de Auditoría y Servicios

### Honorarios de Auditoría y Servicios

La siguiente tabla resume los honorarios totales facturados a nosotros por Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C., una firma miembro de Deloitte Touche Tohmatsu, y sus afiliadas incluyendo Deloitte Consulting, (colectivamente “Deloitte & Touche”) durante los años fiscales terminados en 31 de diciembre del 2002 y 2003:

	Año terminado al 31 de diciembre de	
	2003	2002
	(millones de pesos mexicanos)	
Pagos de auditoría .....	Ps. 50	Ps. 11
Pagos relacionados con auditoría .....	6	22
Pagos de servicios fiscales .....	3	—
Otros pagos .....	2	2
Total .....	Ps. 61	Ps. 35

Los Honorarios de Auditoría en la tabla anterior son los honorarios totales facturados por Deloitte & Touche en conexión con la auditoría de nuestros estados financieros anuales, la revisión de nuestros estados financieros trimestrales y auditorías estatutarias y regulatorias. En 2003 adicionalmente,

los honorarios de auditoría incluyeron los honorarios relacionados con la apertura del balance de adquisición de Panamco.

Honorarios relacionados con Auditoría en la tabla anterior para el año terminado el 31 de diciembre del 2003, son los honorarios totales facturados por Deloitte & Touche por las consultorías financieras contables y de reporte.

Honorarios relacionados con Auditoría en la tabla anterior para el año terminado el 31 de diciembre del 2003 son los honorarios totales facturados por Deloitte & Touche por auditorías asociadas con las adquisiciones (principalmente con la de Panamco) y las consultorías financieras contables y de reporte y el balance auditado de apertura de la compañía adquirida.

Los impuestos en la tabla anterior son honorarios facturados por Deloitte & Touche por servicios basados en los hechos existentes y transacciones previas para documentar, calcular y obtener aprobación gubernamental por montos incluidos en los trámites fiscales como asesoría en la devolución del impuesto al valor agregado, documentación de transferencia de precio y solicitudes para asesoría técnica de las autoridades fiscales.

Otros honorarios mencionados en la tabla anterior son facturados por Deloitte & Touche por otros servicios prestados por Deloitte Consulting. Como porcentaje de los honorarios totales facturados a Coca-Cola FEMSA, otros honorarios representan 3.3% y 5.7% para los años 2002 y 2003, respectivamente.

#### **Políticas y Procedimientos de Pre-Aprobación del Comité de Auditoría**

Hemos adoptado políticas y procedimientos de pre-aprobación bajo los cuales todos los servicios de auditoría y no relacionados con la misma prestados por nuestros auditores externos deben ser pre-aprobados por el comité de auditoría de acuerdo a lo que se establece en los estatutos del comité de auditoría. Cualquier propuesta de servicios proporcionadas por auditores externos necesitan ser discutidas y aprobadas por el comité de auditoría durante sus reuniones, las cuales se celebran, por lo menos, cuatro veces al año. Una vez que la propuesta de servicios es aprobada, nosotros y nuestras subsidiarias formalizan la prestación de los servicios. La aprobación de cualquier servicio de auditoría o no relacionado con la misma a ser proporcionado por nuestros auditores externos se especifica en las minutas de nuestro comité de auditoría. Además, los miembros de nuestro Consejo de Administración son informados sobre los temas discutidos por los diferentes comités de nuestro Consejo de Administración.

**Puntos 16D y 16E. No Aplicable**

**Punto 17. No Aplicable**

**Punto 18. Estados Financieros**

Se hace referencia al Punto 19(a) para una lista de todos los estados financieros presentados como parte de este reporte anual.

**Punto 19. Anexos.**

(a) Lista de Estados Financieros	Página
Informe de Auditores Independientes.....	F-1
Estados de Situación Financiera Consolidado al 31 de diciembre de 2003 y 2002 .....	F-2
Estados de Resultados Consolidados por los Años Terminados el 31 de diciembre de 2003, 2002 y 2001 .....	F-4
Estados de Cambios en la Situación Financiera por los Años Terminados el 31 de diciembre de 2003, 2002 y 2001.....	F-5
Estados de Cambios en el Capital Contable por los Años Terminados el 31 de diciembre de 2003, 2002 y 2001 .....	F-6
Notas a los Estados Financieros Consolidados *.....	F-8

---

\* Se omiten todas las cédulas complementarias relacionadas con el registrante porque no se requieren o porque la información solicitada, si fuera relevante, se halla en los Estados Financieros o sus Notas.

**FIRMA**

El registrante certifica por el presente que cumple con todos los requisitos de presentación indicados en la forma 20-F y ha dado instrucciones y autorizado debidamente al abajo firmante para que firme este reporte anual en su nombre.

Fecha: 5 de abril de 2004

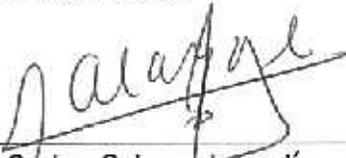
COCA-COLA FEMSA, S.A. DE C.V.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Héctor Treviño Gutiérrez', enclosed within a rectangular box.

Por /s/ Héctor Treviño Gutiérrez  
Héctor Treviño Gutiérrez

## PERSONAS RESPONSABLES

Los suscritos manifestamos bajo protesta de decir verdad que, en el ámbito de nuestras respectivas funciones, preparamos la información relativa a la emisora contenida en el presente reporte anual, la cual, a nuestro leal saber y entender, refleja razonablemente su situación. Asimismo, manifestamos que no tenemos conocimiento de información relevante que haya sido omitida o falseada en este reporte anual o que el mismo contenga información que pudiera inducir a error a los inversionistas.



---

Lic. Carlos Salazar Lomelín  
Presidente Ejecutivo

---

Ing. Héctor J. Treviño Gutiérrez  
Director de Finanzas y Administración



---

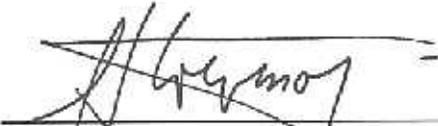
Lic. Carlos F. Aldrete Ancira  
Director Jurídico

## PERSONAS RESPONSABLES

Los suscritos manifestamos bajo protesta de decir verdad que, en el ámbito de nuestras respectivas funciones, preparamos la información relativa a la emisora contenida en el presente reporte anual, la cual, a nuestro leal saber y entender, refleja razonablemente su situación. Asimismo, manifestamos que no tenemos conocimiento de información relevante que haya sido omitida o falseada en este reporte anual o que el mismo contenga información que pudiera inducir a error a los inversionistas.

---

Lic. Carlos Salazar Lomelín  
Presidente Ejecutivo



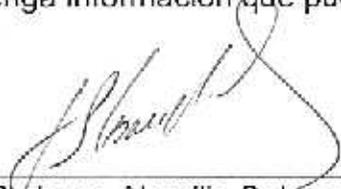
---

Ing. Héctor J. Treviño  
Director de Finanzas y Administración

---

Lic. Carlos E. Aldrete Ancira  
Director Jurídico

El suscrito manifiesta bajo protesta de decir verdad que los estados financieros de Coca-Cola FEMSA, S. A. de C. V. y Subsidiarias al 31 de diciembre de 2003, 2002 y 2001 y por los años que terminaron en esas fechas que contiene el presente reporte anual (Ver Punto 19 que en la tabla de referencia equivale al Capítulo 7 de la Circular Única) fueron dictaminados de acuerdo con las normas y procedimientos de auditoría generalmente aceptadas. Asimismo, manifiesta que, dentro del alcance del trabajo realizado para dictaminar los estados financieros antes mencionados, no tiene conocimiento de información financiera relevante que haya sido omitida o falseada en este reporte anual o que el mismo contenga información que pudiera inducir a error a los inversionistas.



---

C.P.C. Jorge Alamillo Setomayor

México, D.F. a 30 de Marzo de 2004

## **CAPITULO 7**

A la Asamblea General de Accionistas de Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V.:

En nuestro carácter de comisarios y en cumplimiento de lo dispuesto en el Artículo 166 de la Ley General de Sociedades Mercantiles y los Estatutos de Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. ("la Compañía"), rendimos a ustedes nuestro dictamen sobre la veracidad, suficiencia y razonabilidad de la información financiera individual y consolidada que ha presentado a ustedes el H. Consejo de Administración, en relación con la marcha de la Sociedad por el año terminado el 31 de diciembre de 2003.

Hemos asistido a las Asambleas de Accionistas, Juntas de Consejo de Administración y del Comité de Auditoría a las que hemos sido convocados, y hemos obtenido de los Directores y Administradores, toda la información sobre las operaciones, documentos y registros que juzgamos necesario investigar. Asimismo, hemos revisado el balance general de la Sociedad, individual y consolidado, al 31 de diciembre de 2003, y los estados de resultados, de variaciones en el capital contable y de cambios en la situación financiera, que les son relativos, por el año que terminó en esa fecha, los cuales se someten a la consideración de esta H. Asamblea para su información y aprobación. También revisamos, con el alcance que consideramos necesario en las circunstancias, los dictámenes que sobre dichos estados financieros emitieron los auditores externos de la Sociedad en esta fecha. Nuestra revisión ha sido efectuada de acuerdo con normas de auditoría generalmente aceptadas en México.

En nuestra opinión, los criterios y políticas contables y de información seguidos por la Sociedad y considerados por los administradores para preparar la información financiera individual y consolidada presentada por los mismos a esta Asamblea, son adecuados y suficientes y se aplicaron en forma consistente con el ejercicio anterior; por lo tanto, la información financiera individual y consolidada presentada por los administradores refleja en forma veraz, razonable y suficiente la situación financiera de Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. al 31 de diciembre de 2003, y los resultados de sus operaciones, las variaciones en su capital contable y los cambios en su situación financiera, por el año terminado en esa fecha, de conformidad con principios de contabilidad generalmente aceptados en México.



C.P.C. FAUSTO SANDOVAL AMAYA  
Comisario



C.P.C. ERNESTO GONZÁLEZ DÁVILA  
Comisario

30 de enero de 2004

**Dictamen de los auditores independientes al Consejo de Administración y Accionistas de Coca-Cola FEMSA, S. A. de C. V.**

Hemos examinado los estados consolidados de situación financiera de Coca-Cola FEMSA, S. A. de C. V. y subsidiarias (la "Compañía") al 31 de diciembre de 2003 y 2002, y los estados consolidados de resultados, de cambios en la situación financiera y de variaciones en las cuentas del capital contable, que les son relativos, por cada uno de los tres años terminados al 31 de diciembre de 2003, 2002 y 2001. 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 los 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.

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 2003 y 2002, y los resultados de sus operaciones, los cambios en la situación financiera y las variaciones en las cuentas del capital contable, por cada uno de los tres años terminados al 31 de diciembre de 2003, 2002 y 2001, de conformidad con los principios de contabilidad generalmente aceptados en México.

Como se menciona en la Nota 2, la Compañía adquirió Panamerican Beverages, Inc. el 6 de mayo de 2003, incorporando los resultados de las operaciones desde la fecha de adquisición, por lo que la situación financiera y los resultados del año 2003 no son comparables con los de años anteriores.

Como se menciona en la Nota 5, a partir del 1 de enero de 2003, la Compañía adoptó los nuevos boletines C-8 "Activos intangibles" y C-9 "Pasivos, Provisiones, Activos y Pasivos Contingentes y Compromisos". Adicionalmente, a partir del 1 de enero de 2001, la Compañía adoptó el boletín C-2 "Instrumentos Financieros".

Los principios de contabilidad generalmente aceptados en México difieren en ciertos aspectos significativos de los principios de contabilidad generalmente aceptados en los Estados Unidos de América. La aplicación de estos últimos podrían haber afectado la determinación de la utilidad de cada uno de los tres años terminados el 31 de diciembre de 2003, 2002 y 2001, y la determinación del capital contable al 31 de diciembre de 2003 y 2002, según se explica en la Nota 26.

Nuestros exámenes también contemplaron la conversión de importes en pesos mexicanos a dólares americanos, y en nuestra opinión, tal conversión ha sido realizada de conformidad con las bases descritas en la Nota 3. La conversión de los importes de los estados financieros a dólares americanos ha sido realizada únicamente para conveniencia de los lectores en los Estados Unidos de América.

**Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S. C.**

Una firma miembro de Deloitte Touche Tohmatsu



C. P. C. Jorge Alamillo Sotomayor  
México D.F. 9 de febrero de 2004

## *estados de situación financiera consolidados*

Al 31 de diciembre de 2003 y 2002

Expresados en miles de dólares americanos ( \$ ) y miles de pesos constantes (Ps.) al 31 de diciembre de 2003

<b>ACTIVO</b>		<b>2003</b>	<b>2002</b>
<b>Activo Circulante:</b>			
Efectivo y valores de realización inmediata	\$ 247,729 Ps.	2,783,233 Ps.	6,429,449
Cuentas por cobrar:			
Clientes	119,084	1,337,910	581,014
Documentos	7,566	85,002	12,770
Otras	34,766	390,607	214,452
	161,416	1,813,519	808,236
Impuestos por recuperar	96,864	1,088,272	251,546
Inventarios	194,631	2,186,675	798,635
Pagos anticipados	17,982	202,015	76,519
<b>Total Activo Circulante</b>	<b>718,622</b>	<b>8,073,714</b>	<b>8,364,385</b>
<b>Propiedades, Planta y Equipo:</b>			
Terrenos	221,120	2,484,283	819,901
Edificios, maquinaria y equipo	2,141,467	24,059,383	9,373,780
Depreciación acumulada	(924,395)	(10,385,578)	(3,441,413)
Inversiones en proceso	59,757	671,374	381,477
Botellas y cajas	84,318	947,315	302,793
<b>Total Propiedades, Planta y Equipo, Neto</b>	<b>1,582,267</b>	<b>17,776,777</b>	<b>7,436,538</b>
<b>Inversiones en acciones</b>	<b>41,865</b>	<b>470,355</b>	<b>131,861</b>
<b>Otros activos, Neto</b>	<b>122,637</b>	<b>1,377,828</b>	<b>885,139</b>
<b>Activos intangibles, Neto</b>	<b>3,001,431</b>	<b>33,721,079</b>	<b>268,746</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 5,466,822 Ps.</b>	<b>61,419,753 Ps.</b>	<b>17,086,669</b>

<b>PASIVO Y CAPITAL CONTABLE</b>	<b>2003</b>		<b>2002</b>	
<b>Pasivo Circulante:</b>				
Préstamos bancarios e intereses por pagar	\$ 180,905	Ps. 2,032,471	Ps. 74,762	
Vencimiento a corto plazo del pasivo a largo plazo	110,889	1,245,834	9,664	
Documentos por pagar	5,242	58,889	-	
Proveedores	300,526	3,376,409	1,681,078	
Cuentas por pagar	121,174	1,361,408	433,243	
Obligaciones fiscales por pagar	91,206	1,024,704	236,289	
Otros pasivos	27,082	304,241	255,864	
<b>Total Pasivo Circulante</b>	<b>837,024</b>	<b>9,403,956</b>	<b>2,690,900</b>	
<b>Pasivo a Largo Plazo:</b>				
Préstamos bancarios	2,315,176	26,011,000	3,295,968	
Documentos por pagar	2,703	30,375	-	
Plan de pensiones y jubilaciones	46,931	527,266	171,283	
Prima de antigüedad	4,705	52,861	22,034	
Impuestos diferidos	33,507	376,450	847,974	
Otros pasivos	195,928	2,201,268	390,369	
<b>Total Pasivo a Largo Plazo</b>	<b>2,598,950</b>	<b>29,199,220</b>	<b>4,727,628</b>	
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>3,435,974</b>	<b>38,603,176</b>	<b>7,418,528</b>	
<b>Capital Contable:</b>				
Interés minoritario en subsidiarias consolidadas	14,549	163,459	-	
Interés mayoritario:				
Capital social	236,355	2,655,453	2,463,868	
Prima en suscripción de acciones	1,011,254	11,361,439	1,733,482	
Utilidades retenidas de años anteriores	841,177	9,450,618	6,789,817	
Utilidad neta del año	205,771	2,311,842	2,660,801	
Resultado acumulado por conversión	(127,118)	(1,428,171)	(1,039,670)	
Resultado acumulado por tenencia de activos no monetarios	(151,140)	(1,698,063)	(2,940,157)	
<b>Total Interés Mayoritario</b>	<b>2,016,299</b>	<b>22,653,118</b>	<b>9,668,141</b>	
<b>TOTAL CAPITAL CONTABLE</b>	<b>2,030,848</b>	<b>22,816,577</b>	<b>9,668,141</b>	
<b>TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE</b>	<b>\$ 5,466,822</b>	<b>Ps. 61,419,753</b>	<b>Ps. 17,086,669</b>	

Las notas que se acompañan son parte integrante de los presentes estados de situación financiera consolidados.

México, D.F., a 9 de febrero de 2004



Carlos Salazar Lomelín  
Presidente Ejecutivo

F-3



Héctor Treviño Gutiérrez  
Director de Finanzas y Administración

## *estados de resultados consolidados*

Por los años terminados al 31 de diciembre de 2003, 2002 y 2001

Expresados en miles de dólares americanos (\$) y miles de pesos constantes (Ps.) al 31 de diciembre de 2003, excepto utilidad por acción

			2003		2002		2001
Ventas netas	\$	3,158,596 Ps.	35,486,829 Ps.		18,518,634 Ps.		17,636,475
Otros ingresos de operación		21,592	242,588		148,879		135,089
Ingresos totales		3,180,188	35,729,417		18,667,513		17,771,564
Costo de ventas		1,600,387	17,980,349		8,680,755		8,255,731
Utilidad bruta		1,579,801	17,749,068		9,986,758		9,515,833
Gastos de operación:							
De administración		207,735	2,333,900		1,474,810		1,357,739
De venta		774,793	8,704,808		3,844,503		3,993,292
		982,528	11,038,708		5,319,313		5,351,031
Amortización de crédito mercantil		-	-		40,635		108,253
Utilidad de operación		597,273	6,710,360		4,626,810		4,056,549
Resultado integral de financiamiento:							
Gastos financieros		138,091	1,551,452		348,379		343,435
Productos financieros		(20,208)	(227,039)		(263,986)		(287,692)
Fluctuación cambiaria, neta		180,500	2,027,922		(249,961)		(10,330)
Resultado por posición monetaria		(77,512)	(870,843)		(394,776)		84,183
		220,871	2,481,492		(560,344)		129,596
Otros gastos, neto		21,238	238,586		614,240		44,147
Utilidad del año antes de impuesto sobre la renta, participacion de los trabajadores en las utilidades y cambios en principios contables		355,164	3,990,282		4,572,914		3,882,806
Impuesto sobre la renta y participación de los trabajadores en las utilidades		147,594	1,658,229		1,912,113		1,526,743
Utilidad del año antes de cambios en principios contables		207,570	2,332,053		2,660,801		2,356,063
Cambios en principios contables		-	-		-		30,124
<b>UTILIDAD NETA DEL AÑO</b>	\$	205,770 Ps.	2,332,053 Ps.		2,660,801 Ps.		2,325,939
UTILIDAD NETA MINORITARIA		1,799	20,211		-		-
<b>UTILIDAD NETA MAYORITARIA</b>	\$	205,771 Ps.	2,311,842 Ps.		2,660,801 Ps.		2,325,939
Promedio ponderado de acciones en circulación (miles)		1,704,250	1,704,250		1,425,000		1,425,000
Utilidad por acción antes de cambios en principios contables	\$	0.12 Ps.	1.36 Ps.		1.87 Ps.		1.65
Utilidad neta mayoritaria por acción	\$	0.12 Ps.	1.36 Ps.		1.87 Ps.		1.63

Las notas que se acompañan son parte integrante de los presentes estados de resultados consolidados.

## estados de cambios en la situación financiera consolidados

Por los años terminados al 31 de diciembre de 2003, 2002 y 2001

Expresados en miles de dólares americanos ( \$ ) y miles de pesos constantes (Ps.) al 31 de diciembre de 2003

	2003	2002	2001	
<b>RECURSOS GENERADOS POR (UTILIZADOS EN) :</b>				
<b>Operación:</b>				
Utilidad neta del año	\$ 207,570 Ps.	2,332,053 Ps.	2,660,801 Ps.	2,325,939
Depreciación	86,115	967,490	572,211	638,261
Rotura de botellas y cajas	24,359	273,670	200,801	208,212
Amortización y deterioro del crédito mercantil	-	-	497,829	108,253
Amortización y otros	67,214	755,154	310,352	152,818
	385,258	4,328,367	4,241,994	3,433,483
<b>Capital de trabajo:</b>				
Cuentas por cobrar	18,497	207,809	197,145	(188,522)
Inventarios	(33,164)	(372,600)	(226,701)	(152,897)
Pagos anticipados e impuestos por recuperar	(52,460)	(589,387)	(590,382)	16,353
Proveedores	(11,710)	(131,562)	59,449	279,758
Cuentas por pagar y otros	(84,825)	(953,004)	214,441	(39,490)
Obligaciones fiscales por pagar	(9,591)	(107,754)	113,481	162,945
Intereses por pagar	14,654	164,643	5,106	(6,640)
Plan de pensiones y jubilaciones y prima de antigüedad	(2,716)	(30,513)	(9,552)	15,081
Recursos generados por actividades de operación	223,943	2,515,999	4,004,981	3,520,071
<b>Inversiones:</b>				
Adquisición de Panamco Beverages, Inc.	(2,638,932)	(29,648,404)	-	-
Propiedades, planta y equipo	(138,403)	(1,554,957)	(919,585)	(770,242)
Bajas de propiedades, planta y equipo	-	-	-	134,591
Inversiones en acciones y otros activos	(31,637)	(355,448)	(490,121)	(229,650)
Recursos utilizados en actividades de inversión	(2,808,972)	(31,558,809)	(1,409,706)	(865,301)
<b>Financiamiento:</b>				
Amortización en términos reales del financiamiento	80,693	906,587	245,402	(281,186)
Efecto de conversión en subsidiarias extranjeras	(34,580)	(388,501)	(515,251)	641,181
Obtención de deuda a largo plazo	1,388,417	15,598,869	(21,638)	(19,329)
Pago de dividendos	-	-	(608,260)	(331,447)
Otros pasivos	(48,057)	(539,903)	19,194	133,888
Aportación de capital	874,014	9,819,542	-	-
Recursos obtenidos (utilizados) en actividades de financiamiento	2,260,487	25,396,594	(880,553)	143,107
(Decremento) incremento neto en efectivo y valores de realización inmediata	(324,542)	(3,646,216)	1,714,722	2,797,877
Efectivo y valores de realización inmediata al inicio del año	572,271	6,429,449	4,714,727	1,916,850
<b>EFFECTIVO Y VALORES DE REALIZACION INMEDIATA AL FINAL DEL AÑO</b>	<b>\$ 247,729 Ps.</b>	<b>2,783,233 Ps.</b>	<b>6,429,449 Ps.</b>	<b>4,714,727</b>

Las notas que se acompañan son parte integrante de los presentes estados de cambios en la situación financiera consolidados.

## *estados de variaciones en las cuentas del capital contable consolidados*

Por los años terminados al 31 de diciembre de 2003, 2002 y 2001

Expresados en miles de pesos constantes (Ps.) al 31 de diciembre de 2003

<b>Concepto</b>		<b>Capital Social</b>		<b>Prima en Suscripción de Acciones</b>		<b>Utilidades Retenidas de Años Anteriores</b>	
Saldos consolidados al 31 de diciembre de 2000	Ps.	2,463,868	Ps.	1,733,482	Ps.	4,002,649	Ps.
Traspaso de la utilidad neta del año anterior		-		-		1,400,936	
Dividendos declarados y pagados		-		-		(331,447)	
Utilidad neta integral		-		-		-	
Saldos consolidados al 31 de diciembre de 2001	Ps.	2,463,868	Ps.	1,733,482	Ps.	5,072,138	Ps.
Traspaso de la utilidad neta del año anterior		-		-		2,325,939	
Dividendos declarados y pagados		-		-		(608,260)	
Utilidad neta integral		-		-		-	
Saldos consolidados al 31 de diciembre de 2002	Ps.	2,463,868	Ps.	1,733,482	Ps.	6,789,817	Ps.
Intereses minoritario por la adquisición de Panamerican Beverages, Inc.		-		-		-	
Aportación de capital		191,585		9,627,957		-	
Traspaso de la utilidad neta del año anterior		-		-		2,660,801	
Utilidad neta integral		-		-		-	
Saldos consolidados al 31 de diciembre de 2003	Ps.	2,655,453	Ps.	11,361,439	Ps.	9,450,618	Ps.

Las notas que se acompañan son parte integrante de los presentes estados de variaciones en las cuentas del capital contable consolidados.

Utilidad Neta del Año	Resultado Acumulado por Conversion		Resultado Acumulado por Tenencia de Activos No Monetarios		Total Interés Mayoritario		Interés Minoritario en Subsidiarias Consolidadas		Total Capital Contable	
		Ps.		Ps.		Ps.		Ps.		
1,400,936	Ps.	(1,165,600)	Ps.	(2,224,946)	Ps.	6,210,389	Ps.	-	Ps.	6,210,389
(1,400,936)		-		-		-		-		-
-		-		-		(331,447)		-		(331,447)
2,325,939		641,181		(682,866)		2,284,254		-		2,284,254
2,325,939	Ps.	(524,419)	Ps.	(2,907,812)	Ps.	8,163,196	Ps.	-	Ps.	8,163,196
(2,325,939)		-		-		-		-		-
-		-		-		(608,260)		-		(608,260)
2,660,801		(515,251)		(32,345)		2,113,205		-		2,113,205
2,660,801	Ps.	(1,039,670)	Ps.	(2,940,157)	Ps.	9,668,141	Ps.	-	Ps.	9,668,141
-		-		-		-		143,248		143,248
-		-		-		9,819,542		-		9,819,542
(2,660,801)		-		-		-		-		-
2,311,842		(388,501)		1,242,094		3,165,435		20,211		3,185,646
2,311,842	Ps.	(1,428,171)	Ps.	(1,698,063)	Ps.	22,653,118	Ps.	163,459	Ps.	22,816,577

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

*Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2003, 2002 y 2001*

Cifras expresadas en miles de dólares americanos (\$) y miles de pesos constantes (Ps.) al 31 de Diciembre de 2003

---

### **Nota 1. 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 una asociación entre Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V. (“FEMSA”), quien posee indirectamente el 45.7% del capital social (53.6% de las acciones con derecho a voto), y The Coca-Cola Company, quien posee indirectamente el 39.6% del capital social. Adicionalmente, las acciones que representan el 14.7% 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 The Coca-Cola Company en México, Centro América (Guatemala, Nicaragua, Costa Rica y Panamá), Colombia, Venezuela, Brasil y Argentina.

Con fecha 5 de noviembre de 2001, la Compañía firmó un contrato de franquicia con FEMSA para la producción, distribución y comercialización de las bebidas de la marca Mundet en los territorios de México donde la Compañía opera.

### **Nota 2. Adquisición de Panamerican Beverages, Inc.**

El 6 de mayo de 2003, Coca-Cola FEMSA adquirió el 100% de las acciones de Panamerican Beverages, Inc. (“Panamco”) por Ps. 29,518,105 excluyendo los gastos relacionados con la transacción. Como parte de la adquisición, la Compañía asumió deuda neta por Ps. 9,084,963 y gastos de la transacción de Ps. 388,436, los cuales fueron capitalizados como parte del precio de la compra.

Los resultados de las operaciones de Panamco han sido incluidos en los estados financieros consolidados desde la fecha de la adquisición, por lo que los resultados y el estado de situación financiera del año 2003 no son comparables con los de los años anteriores. El estado de cambios en la situación financiera del año 2003 fue reclasificado para presentar en un solo renglón los efectos de la adquisición e incorporación de Panamco.

A la fecha de la adquisición, Panamco producía y distribuía bebidas de las marcas Coca-Cola en sus territorios de embotellado de México, Guatemala, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Colombia, Venezuela y Brasil, en conjunto con agua embotellada y otras bebidas en algunos de estos territorios y cerveza en Brasil. Los resultados de las operaciones de Panamco han sido incluidos en los estados financieros consolidados desde la fecha de adquisición.

La transacción fue financiada con una aportación de capital recibida de FEMSA por Ps. 2,778,674, un intercambio de las acciones de Panamco que poseía The Coca-Cola Company por nuevas acciones de Coca-Cola FEMSA valuadas en Ps. 7,040,868, efectivo por Ps. 2,820,351 y nueva deuda en pesos mexicanos y dólares americanos por Ps. 17,266,648.

El intercambio de acciones de The Coca-Cola Company así como la aportación de capital de FEMSA generaron una prima en suscripción de acciones en el capital contable mayoritario, debido a que las acciones fueron suscritas a un valor superior al valor en libros a la fecha de la adquisición.

La adquisición de las operaciones de Panamco tiene una gran importancia estratégica para Coca-Cola FEMSA, dado que posiciona a la Compañía como:

- a) Un fuerte embotellador multinacional, asegurando su crecimiento en un entorno de consolidación.
- b) El embotellador de Coca-Cola más grande de México y de Latinoamérica, con un alto potencial de generación de sinergias.

---

Los valores de mercado de los activos adquiridos y pasivos asumidos son los siguientes:

---

Efectivo y valores de realización inmediata	Ps.	679,861
Otros activos circulantes		2,677,093
Propiedades, planta y equipo		9,658,441
Otros activos		2,291,636
Derechos para producir y distribuir productos de la marca Coca-Cola		33,419,830
Total de activos adquiridos		48,726,861
Préstamos bancarios y documentos por pagar a corto plazo		3,330,551
Pasivo circulante		4,787,435
Préstamos bancarios y documentos por pagar a largo plazo		6,434,273
Otros pasivos a largo plazo		3,147,088
Total de pasivos asumidos		17,699,347
Valor neto de los activos adquiridos	Ps.	31,027,514

---

### Nota 3. Bases de Presentación

Los estados financieros consolidados de la Compañía se preparan 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 América (“US GAAP”), como se explica en la Nota 25. La conciliación entre las cifras determinadas bajo los PCGA mexicanos y los US GAAP se presenta en la Nota 26.

Los estados financieros consolidados se presentan en miles de pesos mexicanos (“Ps.”). La presentación de las cifras en miles de dólares americanos (“\$”) fue incluida solamente para comodidad del lector, usando el tipo de cambio al 31 de diciembre de 2003 de 11.235 pesos mexicanos por dólar.

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

### Nota 4. Incorporación de Subsidiarias en el Extranjero

Los registros contables de las subsidiarias en el extranjero se realizan en la moneda local del país de origen y de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados en cada país. Para su incorporación en los estados financieros consolidados de la Compañía, son ajustados a PCGA mexicanos y se actualizan a poder adquisitivo de la moneda local al cierre del año aplicando la inflación del país de origen y posteriormente, se convierten a pesos mexicanos utilizando el tipo de cambio aplicable al cierre del año.

La variación en la inversión neta en la subsidiaria en el extranjero generada por la fluctuación del tipo de cambio, se incluye en el resultado acumulado por conversión y se registra en el capital contable.

Cuando la Compañía designa la inversión en una subsidiaria en el extranjero como una cobertura económica de la misma adquisición, el tratamiento contable del resultado integral de financiamiento es el siguiente:

- La fluctuación cambiaria se presenta en la cuenta de resultado por conversión hasta por el monto en el que la inversión cubra el financiamiento contratado, neto de su efecto fiscal. La fluctuación cambiaria correspondiente a la parte no cubierta del financiamiento se registra en el resultado integral de financiamiento.

- 
- El resultado por posición monetaria se calcula utilizando factores de inflación del país de origen de la subsidiaria hasta por el monto en el que la inversión cubra el financiamiento contratado. La parte no cubierta del financiamiento se calcula utilizando factores de inflación del país de origen de la compañía que contrate el financiamiento. El efecto total se registra en el resultado integral de financiamiento.

Cuando la Compañía no designe una cobertura económica, la fluctuación cambiaria y la ganancia o pérdida por posición monetaria se registran dentro del resultado integral de financiamiento.

El resultado por posición monetaria y la ganancia o pérdida cambiaria en saldos intercompañías, denominados en moneda extranjera, que son considerados como una inversión de largo plazo ya que su liquidación no ha sido planeada en un futuro cercano, es reflejada como parte del resultado por conversión en el capital contable.

En diciembre de 2001, el gobierno de la República de Argentina estableció una serie de medidas en materia económica, entre las cuales destacan las restricciones para disposiciones de efectivo y para realizar operaciones en monedas extranjeras. El 1 de julio de 2002, ante la situación económica de Argentina y la incertidumbre con respecto al período de recuperación, así como la inestabilidad en el tipo de cambio, la Compañía realizó una valuación de su inversión en Coca-Cola FEMSA de Buenos Aires mediante el método de múltiplos de valor de mercado de compañías similares reconociendo un deterioro del crédito mercantil generado por la adquisición por un monto de Ps. 457,194, el cual se registró en resultados de 2002. Debido a lo anterior, la inversión neta en Coca-Cola FEMSA de Buenos Aires se dejó de utilizar como cobertura económica para los pasivos denominados en dólares asumidos para esta adquisición.

En enero de 2003, el gobierno venezolano suspendió el intercambio de bolívares por dólares americanos. En febrero de 2003, el gobierno implementó un régimen de control de divisas, bajo el cual fue creada una agencia de control de divisas (“CADIVI”) que aprueba todas las transacciones con divisas e instruye al Banco Central de Venezuela (“BCV”) a entregar divisas a compañías que hayan sido autorizadas. Bajo el régimen de control de divisas, la autorización para la entrega de dólares americanos por el BCV es realizada al tipo de cambio oficial de 1,600 bolívares por dólar americano. Para la mayor parte de 2003, las autorizaciones para la entrega de dólares americanos fue mínima en comparación con los montos solicitados. En vista de la incertidumbre relacionada con la disponibilidad de obtener dólares americanos al tipo de cambio oficial, la Compañía ha utilizado el último tipo de cambio de mercado disponible de 1,853 bolívares por dólar americano para convertir los estados financieros de su subsidiaria venezolana en pesos mexicanos. El 6 de febrero de 2004 se publicó en la Gaceta Oficial una devaluación del bolívar del 20%, quedando el nuevo tipo de cambio oficial en 1,920 bolívares por dólar americano.

La Compañía no ha designado ninguna inversión como cobertura económica de los pasivos incurridos para adquirir las operaciones de Panamco.

## **Nota 5. 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. 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:

- 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.
- Actualizar el capital social, prima en suscripción de acciones y las utilidades retenidas de años anteriores 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 inflacionarios.

- 
- 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 inflacionarios.
  - 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 período, utilizando factores inflacionarios para las subsidiarias en México y el índice de inflación del país de origen y el tipo de cambio de cierre del período, para las subsidiarias en el extranjero.

La información financiera de períodos anteriores de las subsidiarias mexicanas fue actualizada utilizando factores inflacionarios mexicanos 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 año. Consecuentemente, las cifras son comparables entre sí y con períodos 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 casas de bolsa, valuados a valor de mercado (Ver nota 17).

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

Los inventarios se actualizan a costos específicos de reposición, sin que excedan el valor de mercado. Los anticipos a proveedores para la compra de materias primas y refacciones se incluyen en la cuenta de inventarios, y se actualizan con base en factores inflacionarios, considerando su antigüedad promedio.

El costo de ventas del período se determina con base en el valor de reposición de los inventarios al momento de su venta. El costo de ventas incluye costos relacionados con materia prima utilizada en el proceso de producción, mano de obra (salarios y otros beneficios), depreciación de la maquinaria, planta y equipo y otros costos que incluyen combustible, energía eléctrica, rotura de botellas retornables en el proceso productivo, mantenimiento de equipo, inspección, y costos de traslado dentro de las plantas y entre las diferentes plantas.

**d) Pagos Anticipados:**

Representan pagos por servicios que serán recibidos en los siguientes 12 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 12 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 inicia la campaña publicitaria.

Los gastos promocionales se aplican a los resultados del período en el cual se erogan, excepto aquellos relacionados con el lanzamiento de nuevos productos 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 o presentaciones alcanzarán su nivel normal de operación, el cual es generalmente de un año.

**e) Propiedades, Planta y Equipo:**

Se registran originalmente a su costo de adquisición y/o construcción. Las propiedades, planta y equipo de procedencia nacional se actualizan aplicando los factores inflacionarios, excepto las botellas y cajas (ver Nota 5 f). El activo fijo de procedencia extranjera se actualiza aplicando la inflación del país de origen y el tipo de cambio al cierre del año.

La depreciación 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.

La vida útil estimada de los principales activos se presenta a continuación:

Edificios y construcciones	40 años
Maquinaria y equipo	13 años
Equipo de distribución	10 años
Otros activos	9 años

**f) Botellas y Cajas:**

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

Para efectos contables, la rotura se carga a los resultados de operación a medida en que se incurre. La depreciación se determina sólo para efectos fiscales y se calcula utilizando el método de línea recta a una tasa del 10% anual. 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 cajas, y un año para envase de plástico retornable. Al 31 de diciembre del 2003, 2002 y 2001, el gasto por rotura reconocido en los resultados ascendió a Ps. 273,670, Ps. 200,801 y Ps. 208,212, respectivamente. Los depósitos recibidos por botellas y cajas entregados en comodato a los clientes, se presentan disminuyendo el saldo de botellas y cajas. La diferencia entre el costo y los depósitos recibidos se amortiza de acuerdo con la vida útil de dichos activos. Las botellas y cajas por las cuales no ha sido recibido depósito alguno, son registradas en resultados cuando son entregadas a los clientes.

**g) Inversiones en Acciones:**

Las inversiones en acciones en compañías asociadas se registran a su costo de adquisición y posteriormente se valúan a través del método de participación. En el caso de inversiones en compañías afiliadas en las que no se tiene influencia significativa, y por las cuales no se tiene un valor de mercado observable, se valúan al costo de adquisición actualizado mediante la aplicación de factores derivados de la inflación del país de origen. Las inversiones en compañías afiliadas en las que no se tiene influencia significativa, y por las cuales se tiene un valor de mercado observable fueron ajustadas a su valor de mercado, afectando las utilidades.

**h) Otros Activos:**

Estos activos representan erogaciones por los cuales los beneficios serán recibidos en años futuros, e incluyen:

- El equipo de refrigeración se registra originalmente a su costo de adquisición. El equipo de procedencia nacional se actualiza aplicando los factores inflacionarios locales. El de procedencia extranjera se actualiza aplicando la inflación del país de origen y el tipo de cambio al cierre del año. El equipo de refrigeración es amortizado con base en una vida útil promedio de aproximadamente cinco años a partir de 2003 y de tres años en 2002 y 2001. El efecto de cambio en la vida útil incremento la utilidad de 2003 en aproximadamente Ps. 92,000.
- 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 en el plazo en que se espera recibir los beneficios. En promedio los acuerdos con clientes tienen una vigencia de entre tres y cuatro años.

Hasta 2002, la amortización se registraba dentro de los gastos de operación. A partir de 2002, la Compañía adoptó los lineamientos de la nueva disposición de la Emerging Issues Task Force (“EITF”) No. 01-09, “Accounting for Consideration Given by a Vendor to a Customer (Including a Reseller of the Vendor’s Products)” (Registro de las Consideraciones Dadas por un Vendedor al Cliente o Revendedor de los Productos del Vendedor) del Financial Accounting Standards Board (“FASB”), la cual requiere que la amortización de estos montos capitalizados se presenten como una reducción de las ventas netas.

- 
- Gastos por la implementación del sistema integral de negocio (ERP) erogados en la fase de desarrollo, los cuales son capitalizados de acuerdo con las disposiciones establecidas en el boletín C-8 (“Activos Intangibles” (“C-8”) y se amortizan con base en el método de línea recta en un período de cuatro años. Las erogaciones que no cumplen con dichos requisitos, así como los costos de investigación se registran en resultados en el año en que se incurren.
  - Las mejoras en propiedades arrendadas, son actualizadas con base a factores inflacionarios y se amortizan en línea recta de acuerdo al plazo de los contratos de arrendamiento.

**i) Activos Intangibles y Crédito Mercantil:**

Estos activos representan erogaciones cuyos beneficios serán recibidos en años futuros. A partir de 2003, la Compañía empieza a aplicar el C-8, el cual establece que los costos incurridos durante el desarrollo de proyectos deberán ser capitalizados si cumplen con los criterios establecidos para el reconocimiento de activos. Antes de 2003, el exceso en el precio de compra sobre el valor de mercado de los activos netos adquiridos en una combinación de negocios, era considerado como crédito mercantil. Con la adopción del C-8, la Compañía considera ese exceso como derechos para producir y distribuir productos de la marca Coca-Cola. La Compañía clasifica sus activos intangibles en: activos con vida definida y activos con vida indefinida, de acuerdo con el período en el cual la Compañía espera recibir los beneficios.

Los activos intangibles con vida indefinida no son amortizados. Están sujetos a una revisión periódica de deterioro y consisten en derechos de distribución y acuerdos para embotellar de Coca-Cola FEMSA que representan los derechos de producir, empaquetar, distribuir y vender bebidas con la marca registrada Coca-Cola en los territorios adquiridos. Estos acuerdos son contratos estándar que The Coca-Cola Company lleva a cabo con embotelladores fuera de Estados Unidos de América para la venta de los concentrados de ciertas marcas registradas de refresco de Coca-Cola. Los principales acuerdos para embotellar tienen términos de diez años. Dichos acuerdos son renovados automáticamente por 10 años sujetos a la no renovación de cualquiera de las partes (con notificación a la otra parte). Los contratos son registrados en la moneda funcional de la subsidiaria en la cual la inversión fue hecha y se reexpresan aplicando la tasa de inflación del país de origen y el tipo de cambio del cierre del período.

El crédito mercantil es la diferencia entre el valor pagado y el valor contable de las acciones y/o activos netos adquiridos, que no haya sido identificado directamente con un activo intangible. El crédito mercantil es registrado en la moneda local de cada una de las subsidiarias en donde la inversión fue realizada y actualizada con los factores inflacionarios del país de origen y convertidos al tipo de cambio que se registró al final del período. El crédito mercantil es amortizado en un período no mayor a veinte años.

**j) Deterioro del Crédito Mercantil y Activos de Larga Duración:**

La Compañía revisa el valor del crédito mercantil y de otros activos de larga duración para reconocer un deterioro en su valor cuando ocurren eventos o cambios que le indiquen que el valor en libros registrado pudiera no ser recuperado. Para determinar si existe un deterioro en el valor, la Compañía compara los flujos estimados de efectivo descontados que ese activo va a generar en el futuro contra el valor en libros. Si se considera que el valor del activo se ha deteriorado, se reconoce la baja en el valor en los resultados del ejercicio por la cantidad que exceda el valor en libros al valor de mercado.

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

The Coca-Cola Company participa en los programas de publicidad y promociones de la Compañía. Estos recursos son registrados como una reducción a los gastos de venta. Los gastos netos efectuados por dichos conceptos, ascendieron a Ps. 1,498,436, Ps. 755,039 y Ps. 747,540 al 31 de diciembre de 2003, 2002 y 2001, respectivamente.

Adicionalmente, 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 “Otros activos”.

---

**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 supuestos largo plazo. El incremento en el saldo de las obligaciones laborales, se registra en el estado de resultados.

El costo de los servicios pasados se amortiza en el tiempo estimado en que los empleados recibirán los beneficios del plan. En el caso de pensiones y jubilaciones así como prima de antigüedad, el tiempo es de 14 años a partir de 1996.

Ciertas subsidiarias de la Compañía tienen constituidos fondos para el pago de pensiones, a través de fideicomisos irrevocables a favor de los trabajadores.

Las indemnizaciones por despido se aplican a los resultados del período 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 2003, 2002 y 2001 el monto pagado ascendió a Ps. 30,636, Ps. 76,577 y Ps. 27,026, respectivamente.

**m) Contingencias y Compromisos:**

A partir del 1 de enero de 2003, la Compañía adoptó las disposiciones del nuevo Boletín C-9 “Pasivo, Provisiones, Activos y Pasivos Contingentes y Compromisos” (“C-9”) que establece entre otros aspectos, mayor precisión en conceptos relativos a provisiones, obligaciones acumuladas y pasivos contingentes, así como nuevas disposiciones respecto al reconocimiento contable de provisiones, el uso del valor presente y la redención de obligaciones cuando ocurre anticipadamente o se sustituye por una nueva emisión. La aplicación de este nuevo pronunciamiento no tuvo un impacto significativo en la posición financiera ni en los resultados de operación de la Compañía.

**n) Reconocimiento de los Ingresos:**

Los ingresos se reconocen en el momento en el que el producto se embarca o entrega al cliente y éste asume la responsabilidad por los mismos. Las ventas netas reflejan la venta de los productos al precio de lista menos los descuentos y bonificaciones.

**o) Gastos de Operación:**

Los gastos administrativos incluyen salarios y prestaciones para los empleados que no están directamente involucrados en el proceso de venta de los productos de la Compañía, honorarios por servicios profesionales, depreciación de las oficinas y amortización de los costos capitalizados de los programas de informática.

Los gastos de venta incluyen:

- a) Distribución: salarios y prestaciones, gastos de flete de plantas a distribuidores propios y terceros, almacenaje de productos terminados, rotura de botellas en el proceso de distribución, depreciación y mantenimiento de camiones, instalaciones y equipos de distribución. Durante los períodos 2003, 2002 y 2001, el gasto de distribución ascendió a Ps. 2,803,654, Ps. 2,099,028 y Ps. 2,236,401, respectivamente.
- b) Ventas: salarios y prestaciones así como comisiones pagadas al personal de ventas.
- c) Mercadotecnia: salarios y prestaciones, promociones y gastos de publicidad.

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

El impuesto sobre la renta (“ISR”) y la participación de los trabajadores en las utilidades (“PTU”) son cargados a los resultados del año en que se incurren, incluyendo el impuesto sobre la renta diferido que resulta de las diferencias temporales entre las bases contables y fiscales de los activos y pasivos, incluyendo el beneficio de las pérdidas 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 año y la utilidad fiscal gravable para PTU, sobre las cuales se pueda presumir razonablemente que van a provocar un pasivo o un beneficio dentro de un período determinado.

---

El impuesto al activo (“IMPAC”) pagado que se espera sea recuperado se registra como una disminución del pasivo por impuestos diferidos.

El saldo de impuestos diferidos está compuesto por partidas monetarias y no monetarias, en base a las diferencias temporales que le dieron origen. Asimismo, está clasificado como pasivo a largo plazo, independientemente de la reversión que se espera en el corto plazo de ciertas diferencias temporales.

El impuesto diferido aplicable al resultado del período se determina comparando el saldo de impuestos diferidos al final del período contra el saldo inicial, excluyendo de ambos saldos 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.

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 al 60% de su participación accionaria. Las provisiones de impuesto sobre la renta de las subsidiarias en el extranjero han sido determinadas con base en la utilidad gravable de cada compañía en lo individual y no con base en una utilidad consolidada.

**q) 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 local 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 año. 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 que se considera una cobertura económica de la misma adquisición (ver Nota 4).

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 se determina aplicando factores de inflación del país de origen a la posición monetaria neta al inicio de cada mes, excluyendo los financiamientos contratados para la adquisición de compañías en el extranjero que se consideran como una cobertura económica de la misma adquisición (ver Nota 4).

El resultado por posición monetaria de las subsidiarias en el extranjero es convertido a pesos mexicanos utilizando el tipo de cambio al cierre del año.

**r) Instrumentos Financieros:**

La Compañía contrata frecuentemente instrumentos financieros para cubrir el riesgo de ciertas operaciones. Si el instrumento financiero se contrata para cubrir necesidades de operación, el costo del mismo se registra en los costos y gastos de operación. Si el instrumento se contrata para cubrir necesidades de financiamiento, se registra como gasto financiero o fluctuación cambiaria, según el contrato correspondiente.

A partir de enero de 2001, entró en vigor el Boletín C-2 “Instrumentos Financieros”, el cual requiere el reconocimiento en el estado de situación financiera de todos los instrumentos financieros, ya sean activos o pasivos. Los instrumentos financieros contratados con fines de cobertura se deberán valorar utilizando el mismo criterio de valuación aplicado a los activos y pasivos cubiertos.

Asimismo, los instrumentos financieros contratados para fines diferentes a los de cubrir las operaciones de la Compañía, deberán valorarse a su valor razonable. La diferencia entre el valor inicial y final del período de los activos y pasivos financieros, se registra en el resultado del período. El reconocimiento inicial de este nuevo boletín

se incluye en la utilidad neta del ejercicio de 2001 como cambios en principios contables, neto de su efecto fiscal, cuyo monto ascendió a Ps. 30,124.

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

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

t) **Utilidad Neta Integral:**

La utilidad neta integral está compuesta por la utilidad neta y otros componentes, tales como el resultado por conversión y el resultado por tenencia de activos no monetarios del período, y se presenta en los Estados de Variaciones en las Cuentas del Capital Contable.

**Nota 6. Cuentas por Cobrar**

	<b>2003</b>	<b>2002</b>
Cientes	Ps. 1,440,896	Ps. 592,903
Reserva para cuentas incobrables	(102,986)	(11,889)
Documentos por cobrar	85,002	12,770
The Coca-Cola Company	255,114	120,188
Alpla, S.A. de C.V.	-	43,450
Arteva, S.A. de C.V.	-	2,338
Anticipos de viajes para empleados	10,788	12,214
Reclamaciones de seguros	6,501	3,352
Bonos gubernamentales	23,172	-
Cuentas por cobrar por ventas de activo fijo	37,031	-
Préstamos a empleados	22,128	193
Depósitos en garantía	7,922	5,034
Otros	27,951	27,683
	<b>Ps. 1,813,519</b>	<b>Ps. 808,236</b>

Los cambios en el saldo de la reserva de cuentas incobrables se integran de la siguiente forma:

	<b>2003</b>	<b>2002</b>
Saldo inicial	Ps. 11,889	Ps. 8,888
Provisión del período	45,154	18,891
Cancelación de cuentas incobrables	(14,929)	(15,439)
Saldo inicial de Panamco	61,736	-
Actualización de saldos iniciales	(864)	(451)
Saldo final	<b>Ps. 102,986</b>	<b>Ps. 11,889</b>

**Nota 7. Inventarios**

	<b>2003</b>	<b>2002</b>
Productos terminados	Ps. 565,500	Ps. 220,988
Materias primas	1,210,939	264,031
Refacciones	323,690	86,171
Anticipos a proveedores	145,104	227,011
Producción en proceso	16,487	1,661
Artículos promocionales	24,317	4,807
Estimación de inventarios obsoletos	(99,362)	(6,034)
	<b>Ps. 2,186,675</b>	<b>Ps. 798,635</b>

## Nota 8. Pagos Anticipados

	2003		2002	
Publicidad y gastos promocionales	Ps.	164,011	Ps.	52,810
Bonos		15,200		-
Seguros y fianzas		8,537		2,150
Otros		14,267		21,559
	Ps.	202,015	Ps.	76,519

La aplicación a resultados por concepto de pagos anticipados de publicidad y gastos promocionales por los períodos terminados al 31 de diciembre de 2003, 2002 y 2001, es la siguiente:

	2003		2002		2001	
Publicidad	Ps.	784,761	Ps.	512,012	Ps.	524,422
Gastos promocionales		77,301		126,330		108,914

## Nota 9. Inversiones en Acciones

Compañía	Tenencia al 31 de Diciembre de 2003	2003		2002	
Industria Envasadora de Querétaro, S.A. de C.V. ("IEQSA")	33.68%	Ps.	123,771	Ps.	70,335
Complejo Industrial Can, S.A. ("CICAN")	48.10%		51,400		59,570
Beta San Miguel, S.A. de C.V.	2.54%		30,348		-
Tapón Corona de Colombia, S.A.	40.00%		19,665		-
Molson, Inc.	0.74%		235,987		-
Otras inversiones	Varios		9,184		1,956
		Ps.	470,355	Ps.	131,861

La inversión en acciones en Molson, Inc. ("Molson") resultó de la venta realizada por la subsidiaria brasileña en 2002, del 12.1% de la inversión que tenía en Cervejarias Kaiser, S. A. ("Kaiser"), una cervecera brasileña, a Molson.

Como resultado de un acuerdo con Molson, la inversión está sujeta a una restricción contractual para su venta después de dos años, la cual expira el 19 de marzo de 2004. La restricción sólo puede ser removida si: hay un cambio en el control de Molson, parte importante de los activos de Molson son transferidos o existe alguna inexactitud material en las manifestaciones o garantías de Molson contenidas en el contrato de compra de Kaiser. Al 31 de diciembre de 2003, no se han presentado eventos que pudieran eliminar la restricción.

La inversión en acciones en Molson está registrada a su valor de mercado de Ps. 309,786, y es presentada neta del valor razonable del contrato forward respectivo de Ps. 73,799.

## Nota 10. Propiedades, Planta y Equipo

	2003		2002	
Terrenos	Ps.	2,484,283	Ps.	819,901
Edificios, maquinaria y equipo		24,059,383		9,373,780
Depreciación acumulada		(10,385,578)		(3,441,413)
Inversiones en proceso		671,374		381,477
Botellas y cajas		947,315		302,793
	Ps.	17,776,777	Ps.	7,436,538

**Nota 11. Otros Activos**

		2003		2002
Equipos de refrigeración	Ps.	856,848	Ps.	414,428
Cuentas por cobrar a largo plazo		22,348		-
Mejoras en propiedades arrendadas		32,574		28,844
Pasivo adicional de plan de pensiones y jubilaciones (ver Nota 15)		23,342		13,123
Bono Yanqui		47,099		24,161
Exclusivas y lanzamientos		140,685		75,170
Comisiones		127,399		271,883
Otros		127,533		57,530
	Ps.	1,377,828	Ps.	885,139

**Nota 12. Activos Intangibles**

Activos intangibles de vida indefinida		2003		2002
Derechos para producir y distribuir productos de la marca Coca-cola :				
Territorios de Panamco (ver Nota 2)	Ps.	33,419,830	Ps.	-
Coca-Cola FEMSA de Buenos Aires		189,962		158,099
Territorio de Tapachula, Chiapas		111,287		110,647
	Ps.	33,721,079	Ps.	268,746

**Nota 13. 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:

**a) FEMSA y Subsidiarias:**

Saldos		2003		2002
Activos (cuentas por cobrar)	Ps.	64,490	Ps.	19,413
Pasivos (proveedores y otros pasivos)		268,131		208,128

Operaciones		2003		2002		2001
Ingresos:						
Ventas y Otros Ingresos	Ps.	173,484	Ps.	145,493	Ps.	123,127
Egresos:						
Compra de Inventarios		1,083,679		858,804		572,740
Gastos Operativos		1,009,887		686,452		652,706

**b) The Coca-Cola Company:**

Saldos		2003		2002
Activos (cuentas por cobrar)	Ps.	255,114	Ps.	120,188
Pasivos (proveedores y otros pasivos)		716,625		330,512

Operaciones		2003		2002		2001
Egresos:						
Compras de concentrado	Ps.	5,613,563	Ps.	2,725,193	Ps.	2,805,980
Gastos financieros		8,063		15,201		24,172

**c) Otras compañías asociadas y afiliadas:**

Al 31 de diciembre de 2003, 2002 y 2001, las compañías subsidiarias recibieron diversos servicios de empresas en las cuales algunos accionistas de la Compañía tienen interés en el Capital Contable:

<b>Saldos</b>	<b>2003</b>		<b>2002</b>	
Activos (cuentas por cobrar)	Ps.	<b>101</b>	Ps.	-
Pasivos (proveedores)		<b>46,748</b>		29,910

<b>Operaciones</b>	<b>2003</b>		<b>2002</b>		<b>2001</b>	
Intereses cobrados	Ps.	<b>34,346</b>	Ps.	68,049	Ps.	71,517

<b>Compras de producto:</b>	<b>2003</b>		<b>2002</b>		<b>2001</b>	
IEQSA	Ps.	<b>253,260</b>	Ps.	178,635	Ps.	447,032
CICAN		<b>28,215</b>		80,709		156,576
Tapón Corona de Colombia, S.A.		<b>43,844</b>		-		-
Distribuidora Plástica, S.A.		<b>2,610</b>		-		-
Metalfoma, S.A.		<b>2,362</b>		-		-
Vidrios Panameños, S.A.		<b>6,660</b>		-		-
Beta San Miguel, S.A. de C.V.		<b>221,179</b>		-		-

**Nota 14. Saldos y Transacciones en Moneda Extranjera**

Los activos, pasivos y transacciones denominadas en monedas extranjeras, distintos a la moneda funcional de cada unidad reportada, convertidos a dólares, son los siguientes:

<b>Saldos</b>		<b>Tipo de Cambio Aplicable (1)</b>	<b>Corto Plazo</b>	<b>Largo Plazo</b>	<b>Total</b>
<b>Diciembre 31, 2003:</b>	<b>Activos</b>	<b>11.2350</b>	\$ <b>79,553</b>	\$ -	\$ <b>79,553</b>
	<b>Pasivos</b>		<b>283,227</b>	<b>1,054,917</b>	<b>1,338,144</b>
Diciembre 31, 2002:	Activos	10.4590	\$ 320,660	\$ -	\$ 320,660
	Pasivos		7,763	303,070	310,833

(1) Pesos mexicanos por dólar americano.

<b>Operaciones</b>	<b>2003</b>		<b>2002</b>		<b>2001</b>	
Ingresos por intereses	\$	<b>5,182</b>	\$	2,931	\$	2,333
Egresos por intereses y comisiones		<b>184,059</b>		28,043		28,809
	\$	<b>(178,877)</b>	\$	(25,112)	\$	(26,476)

Al 9 de febrero de 2004, fecha de emisión de los presentes estados financieros consolidados, la posición en moneda extranjera es similar a la del 31 de diciembre de 2003 y el tipo de cambio a esta fecha fue de 11.1200 pesos mexicanos por dólar americano.

## Nota 15. Obligaciones Laborales

El estudio actuarial de los pasivos del plan de pensiones y jubilaciones y prima de antigüedad, así como el costo del año 2003 fue determinado utilizando los siguientes supuestos a largo plazo:

	Tasa de descuento anual	Incremento de sueldos	Tasa de retorno de la inversión	
México	6.0%	1.5%	5.5%	
Brasil	4.5%	1.5%	4.5%	
Colombia	4.5%	1.5%	-	(1)
Costa Rica	4.5%	1.5%	4.5%	
Nicaragua	4.5%	1.5%	-	(1)
Guatemala	4.5%	1.5%	-	(1)
Fecha del cálculo	30 de noviembre de 2003			

(1) No aplica, ya que los beneficios no han sido fondeados.

La base para la determinación de la tasa de retorno a largo plazo utilizada, ha sido calculada con base en el análisis del promedio de los rendimientos de los "Certificados de Tesorería del Gobierno Federal" (CETES) durante los últimos 30 años, así como en los rendimientos esperados de las inversiones a largo plazo de la Compañía.

Las operaciones en Panamá, Venezuela y Argentina no cuentan con plan de pensiones ni provisiones para el retiro.

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

		2003		2002
<b>Plan de Pensiones y Jubilaciones:</b>				
Obligaciones por personal jubilado	Ps.	226,419	Ps.	60,854
Obligaciones por personal activo		397,258		93,592
Obligaciones por beneficios actuales		623,677		154,446
Exceso de la obligación por beneficios proyectados sobre la obligación por beneficios actuales		78,583		27,239
Obligaciones por beneficios proyectados		702,260		181,685
Fideicomiso del plan de pensiones a valor de mercado		(206,408)		(36,732)
Obligaciones por beneficios proyectados sin fondear		495,852		144,953
Obligaciones por servicios pasados por amortizar		(14,644)		(14,825)
Utilidad actuarial por amortizar		38,511		41,155
		519,719		171,283
Pasivo adicional		7,547		-
Total	Ps.	527,266	Ps.	171,283
<b>Prima de Antigüedad:</b>				
Obligaciones por personal con antigüedad mayor a 15 años	Ps.	10,462	Ps.	5,338
Obligaciones por personal con antigüedad menor a 15 años		29,904		16,530
Obligaciones por beneficios actuales		40,366		21,868
Exceso de la obligación por beneficios proyectados sobre las obligaciones por beneficios actuales		5,524		2,013
Obligaciones por beneficios proyectados		45,890		23,881
Obligaciones por servicios pasados por amortizar		(2,145)		(2,291)
Pérdidas actuariales por amortizar		(6,679)		(12,679)
		37,066		8,911
Pasivo adicional		15,795		13,123
Total	Ps.	52,861	Ps.	22,034

<b>Total obligaciones laborales</b>	<b>Ps.</b>	<b>580,127</b>	<b>Ps.</b>	<b>193,317</b>
<b>Costo del Año:</b>	<b>2003</b>	<b>2002</b>	<b>2001</b>	
Plan de pensiones y jubilaciones	<b>Ps. 34,803</b>	Ps. 12,380	Ps. 11,575	
Prima de antigüedad	<b>8,761</b>	5,425	5,195	
	<b>Ps. 43,564</b>	Ps. 17,805	Ps. 16,770	

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 vigente de dichas variables al cierre del año.

Al 31 de diciembre de 2003 y 2002, en algunas compañías subsidiarias el importe del pasivo de las obligaciones por beneficios proyectados fue inferior a 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 otros activos, neto (ver Nota 11).

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

Los activos del fideicomiso están invertidos al 31 de diciembre de 2003 y 2002, en los siguientes instrumentos financieros:

	<b>2003</b>	<b>2002</b>
<b>Tasa fija:</b>		
Instrumentos financieros	34%	16%
Instrumentos Bancarios	11%	34%
Bonos gubernamentales	30%	30%
<b>Tasa variable</b>		
Títulos públicos	25%	20%
	<b>100%</b>	<b>100%</b>

La Compañía tiene la política de mantener al menos el 30% de los activos del fideicomiso en instrumentos del Gobierno Federal. Para el 70% restante ha establecido un portafolio objetivo, y está tomando las decisiones de inversión para cumplir con éste, en la medida que las condiciones del mercado y los recursos disponibles lo permitan. El portafolio objetivo replica la composición en acciones de compañías mexicanas que tienen en sus portafolios las cinco compañías internacionales más reconocidas que administran fondos de largo plazo.

En el ejercicio de 2002, algunas compañías subsidiarias efectuaron aportaciones a los fondos del plan de pensiones y jubilaciones por Ps. 100 (valor nominal). La Compañía estima que no realizará aportaciones al fondo de pensiones y jubilaciones en 2004.

En el resultado integral de financiamiento se incluye el costo financiero, neto del rendimiento de los activos correspondientes a las obligaciones laborales, el cual ascendió a Ps. 14,276, Ps. 5,496 y Ps. 5,495, por los años de 2003, 2002 y 2001, respectivamente.

#### **Nota 16. Programa de Bonos**

El programa de bonos para ejecutivos se basa en el cumplimiento de ciertos objetivos establecidos anualmente por la administración. Los bonos son registrados en los resultados de operación en el año correspondiente y son pagados en efectivo al año siguiente de haberse cumplido los objetivos.

En 1999 y los siguientes 5 años, la Compañía instituyó un nuevo plan de compensación a ciertos ejecutivos clave, que consiste en un bono anual en acciones u opciones de FEMSA y de Coca-Cola FEMSA, de acuerdo con sus responsabilidades en la organización y el resultado de su desempeño. Los ejecutivos podrán disponer de las acciones u

opciones asignadas, según sea el caso, un año después de que éstas fueron otorgadas y en un 20% anual. En el año 2003 finalizó el programa de 5 años, por lo que fue el último año en que se asignaron acciones.

#### **Nota 17. Préstamos Bancarios**

Los préstamos bancarios y documentos por pagar a corto plazo al 31 de diciembre de 2003 y 2002 consisten principalmente en créditos revolventes denominados en pesos mexicanos y dólares americanos. La tasa de interés anual promedio ponderada de la deuda en 2003 denominada en pesos mexicanos y dólares americanos fue de 6.25% y 6.24%, respectivamente, y en 2002 la tasa de interés anual promedio ponderada fue de 8.74% para los créditos revolventes denominados en dólares americanos.

Los préstamos bancarios a largo plazo de la Compañía son los siguientes:

	Tasa de interés <sup>(1)</sup>	2003	2002
<b>Tasa de interés fija:</b>			
<b>Dólares americanos:</b>			
Bono Yanqui	7.92 %	Ps. 5,679,787	Ps. 2,174,980
Colocación Privada	9.40 %	1,123,500	1,087,490
<b>Pesos mexicanos:</b>			
Certificados Bursátiles	10.23 %	1,500,000	-
Unidades de Inversión (UDIS)	8.65 %	1,417,754	-
<b>Tasa interés variable:</b>			
<b>Dólares americanos:</b>			
Créditos bancarios	2.40 %	5,676,089	-
Arrendamientos	9.44 %	32,078	38,376
<b>Pesos mexicanos:</b>			
Créditos Bancarios	6.83 %	2,741,250	4,786
Certificados Bursátiles	6.09 %	8,500,000	-
<b>Pesos colombianos:</b>			
Certificados Bursátiles	10.34 %	586,376	-
<b>Deuda a Largo Plazo</b>		<b>27,256,834</b>	3,305,632
Vencimiento a corto plazo de la deuda a largo plazo		(1,245,834)	(9,664)
		<b>Ps. 26,011,000</b>	Ps. 3,295,968

(1) Tasa de interés promedio ponderada en 2003

	Vencimientos							Total
	2004	2005	2006	2007	2008	2009 en adelante		
<b>Tasa de interés fija:</b>								
<b>Dólares americanos:</b>								
Bono Yanqui	Ps. -	Ps. -	Ps. 2,247,000	Ps. -	Ps. -	Ps. 3,432,787	Ps. 5,679,787	
Colocación Privada	1,123,500	-	-	-	-	-	1,123,500	
<b>Pesos mexicanos:</b>								
Certificados								
Bursátiles	-	-	-	-	-	1,500,000	1,500,000	
Unidades de Inversión (UDIS)	-	-	1,417,754	-	-	-	1,417,754	
<b>Tasa de interés variable:</b>								
<b>Dólares americanos:</b>								
Créditos Bancarios	114,764	390,416	3,999,660	780,833	390,416	-	5,676,089	
Arrendamiento	7,570	7,570	7,569	7,477	1,892	-	32,078	
<b>Pesos mexicanos:</b>								
Créditos Bancarios	-	456,875	913,750	913,750	456,875	-	2,741,250	
Certificados			-					
Bursátiles	-	2,750,000		2,000,000	3,750,000	-	8,500,000	
<b>Pesos colombianos:</b>								
Certificados								
Bursátiles	-	265,891	181,979	138,506	-	-	586,376	
<b>Deuda a largo plazo</b>	<b>1,245,834</b>	<b>3,870,752</b>	<b>8,767,712</b>	<b>3,840,566</b>	<b>4,599,183</b>	<b>4,932,787</b>	<b>27,256,834</b>	
Vencimiento a corto plazo de la deuda a largo plazo	(1,245,834)	-	-	-	-	-	(1,245,834)	
	Ps. -	Ps. 3,870,752	Ps. 8,767,712	Ps. 3,840,566	Ps. 4,599,183	Ps. 4,932,787	Ps. 26,011,000	

La Compañía tiene financiamientos de diferentes instituciones, con diferentes restricciones, las cuales consisten principalmente en niveles máximos de apalancamiento y capitalización, así como razones financieras mínimas consolidadas de capital de trabajo deuda y cobertura de intereses. Al 31 de diciembre de 2003, la Compañía ha cumplido con todas las restricciones y razones financieras establecidas en los contratos de crédito.

La Compañía tiene efectivo restringido por aproximadamente \$43,000, que ha sido otorgado como garantía colateral de algunos de sus pasivos bancarios a corto plazo.

#### Nota 18. Valor de Mercado de los Instrumentos Financieros

##### a) Deuda a Largo Plazo:

El valor de mercado de los préstamos bancarios a largo plazo y 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 los documentos por pagar a largo plazo se basa en los precios cotizados en el mercado.

		<b>2003</b>		<b>2002</b>
Valor en libros	<b>Ps.</b>	<b>27,256,834</b>	Ps.	3,305,632
Valor de mercado		<b>27,969,126</b>		3,743,311

**b) Contrato forward para la compra de acciones:**

Como se menciona en la Nota 9, durante 2002, una subsidiaria de la Compañía firmó un contrato de compra de forward con vencimiento en marzo de 2004 sobre el 92% de las acciones de Molson recibidas por la venta de Kaiser, con un valor aproximado de Ps. 203,350. Al 31 de diciembre de 2003, la inversión en Molson fue registrada a su valor razonable, resultando en el reconocimiento de una pérdida generada por el contrato forward de Ps. 73,799.

**c) Swaps de Tasa de Interés:**

La Compañía utiliza contratos denominados swap de tasas de interés, con la finalidad de administrar el riesgo de las tasas de interés de sus créditos, a través de los cuales paga importes calculados con base en tasas de interés fijas y recibe importes calculados con base en tasas de interés variables. Adicionalmente, la Compañía vendió contratos de opciones de venta de tasas de interés a precio fijo como complemento a los contratos swap, por los cuales recibió una prima. El efecto neto del año terminado el 31 de diciembre de 2003 se registró en el gasto financiero y ascendió a Ps. 31,480.

El valor razonable se estima con base en los precios cotizados en el mercado para dar por terminados dichos contratos a la fecha de cierre del período.

Al 31 de diciembre de 2003, la Compañía tiene los siguientes contratos:

<b>Fecha de Vencimiento</b>	<b>Valor de Referencia</b>	<b>Efecto de Valuación a Valor de Mercado</b>
Mayo 2006	Ps. 3,218,827	Ps. (29,026)
Abril 2008	1,250,000	(14,931)
Mayo 2008	2,342,498	(32,489)
Julio 2008	2,500,000	(23,774)

**d) Opciones para Compra-Venta de Dólares:**

Al 31 de diciembre de 2003 y 2002, la Compañía no tiene ningún contrato para cubrir sus operaciones denominadas en dólares.

Durante el ejercicio se liquidaron varios contratos para garantizar la compra de dólares, en relación con la adquisición de Panamco, los cuales generaron una pérdida cambiaria de Ps. 293,827.

**e) Contratos de cobertura en el Precio de Materias Primas:**

Al 31 de diciembre de 2003 y 2002 la Compañía firmó varios contratos de derivados con diferentes instituciones financieras para cubrir el costo de aluminio con vencimientos en 2003 y 2004. El resultado de los contratos de derivados en el precio de materias primas fue una ganancia de Ps. 3,019 al 31 de diciembre de 2003, la cual se registró en los resultados de operación del año. El valor razonable se estima con base en los precios cotizados en el mercado para dar por terminados los contratos a la fecha de cierre del período.

A continuación se muestran los contratos vigentes y las características de los mismos:

<b>Fecha de Vencimiento</b>	<b>Tipo de Contrato</b>	<b>Valor de Referencia</b>	<b>Efecto de Valuación a Valor de Mercado</b>
2004	Swaptions	<b>37,120</b>	<b>(19)</b>
	Swaps	<b>21,687</b>	<b>2,783</b>

**Nota 19. Interés Minoritario en Subsidiarias Consolidadas**

	<b>2003</b>	<b>2002</b>
México	<b>Ps. 147,335</b>	Ps. -
Colombia	<b>13,338</b>	-
Centro América	<b>2,786</b>	-
	<b>Ps. 163,459</b>	Ps. -

**Nota 20. Capital Contable**

Al 31 de diciembre de 2003, el capital social de la Compañía está representado por 1,846,374 miles de acciones ordinarias nominativas, sin expresión de valor nominal y con cláusula de admisión de extranjeros. El capital fijo asciende a Ps. 820,503 (valor nominal) y el capital variable no debe exceder de 10 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 76% del capital social suscrito.
- 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 2003, el capital social de Coca-Cola FEMSA se integra de la siguiente forma:

<b>Serie de Acciones</b>	<b>Miles de Acciones</b>
A	844,078
D	731,546
L	270,750
<b>Total</b>	<b>1,846,374</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:

	<b>Saldo</b>		<b>Actualización</b>		<b>Saldo</b>	
	<b>Histórico</b>				<b>Actualizado</b>	
Capital social	Ps.	<b>820,503</b>	Ps.	<b>1,834,950</b>	Ps.	<b>2,655,453</b>
Prima en suscripción de acciones		<b>9,703,375</b>		<b>1,658,064</b>		<b>11,361,439</b>
Utilidades retenidas de años anteriores		<b>6,709,610</b>		<b>2,741,008</b>		<b>9,450,618</b>
Utilidad neta del año		<b>2,242,280</b>		<b>69,562</b>		<b>2,311,842</b>

En Asamblea General Ordinaria de Accionistas, celebrada el 20 de diciembre de 2002 se aprobó que los acuerdos alcanzados en tal Asamblea serían efectivos legalmente en las fechas requeridas para concretar la adquisición de Panamco, siendo el más importante un incremento en el capital social y prima en suscripción de acciones por un monto de Ps. 9,819,542 contribuido por FEMSA y The Coca-Cola Company.

En Asamblea General Ordinaria de Accionistas, celebrada el 11 de marzo de 2002, los accionistas aprobaron:

- Distribuir un dividendo de 0.3937 pesos por acción (valor nominal). Este dividendo fue pagado a partir del 30 de mayo de 2002.
- Un programa de recompra hasta por Ps. 400,000.

La utilidad neta de la Compañía está sujeta a la disposición legal que requiere que el 5% de la utilidad neta de cada año sea traspasada a la reserva legal, hasta que ésta sea igual al 20% del capital social. Esta reserva 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 2003, la reserva legal de Coca-Cola FEMSA asciende a Ps. 126,650 (valor nominal).

Las utilidades retenidas y otras reservas que se distribuyan como dividendos, así como los efectos que se deriven de reducciones de capital están gravados para efectos de ISR de acuerdo a la tasa vigente, excepto por el capital social aportado actualizado y si dichas distribuciones provienen de la Cuenta de Utilidad Fiscal Neta Consolidada (“CUFIN”). De 1999 hasta 2001, la tasa del ISR era del 35% permitiendo a la compañía diferir el pago del impuesto en un 3% para 1999 y un 5% para los años 2000 y 2001, hasta la fecha en que se repartan dividendos de dicha utilidad. A partir de 1999 fue creada la Cuenta de Utilidad Fiscal Neta Reinvertida (“CUFINRE”), la cual al igual que la CUFIN representa utilidades por las que previamente ya se han pagado impuestos. A partir de 2002 el derecho a diferir el pago del ISR fue eliminado.

Los dividendos que se distribuyan en exceso de estas cuentas causarían el ISR a una tasa calculada sobre una base piramidada con la tasa vigente. A partir de 2003, este impuesto sólo podrá ser acreditado contra el ISR del año en el cual los dividendos sean pagados y en los dos siguientes años contra el ISR y los pagos provisionales.

Al 31 de diciembre de 2003, los saldos de CUFIN y de CUFINRE ascendieron a Ps. 2,389,700 y Ps. 2,525,847, respectivamente.

#### **Nota 21. Utilidad Mayoritaria por Acción**

Representa la utilidad neta del año correspondiente a cada acción del capital social de la Compañía, calculada en base al promedio ponderado de las acciones en circulación durante el año.

#### **Nota 22. Entorno Fiscal**

##### **a) Impuesto sobre la Renta:**

El ISR se calcula sobre un resultado fiscal, el cual difiere de la utilidad contable, principalmente por la diferencia en el tratamiento del resultado integral de financiamiento, los costos relativos a las obligaciones laborales, la depreciación de activos fijos y otras provisiones contables. En el caso de México, también difiere el resultado fiscal de la utilidad contable por la diferencia entre las compras que son deducibles en lugar del costo

de ventas. Las pérdidas fiscales de cualquier año pueden ser aplicadas en períodos futuros contra utilidades fiscales.

Las tasas fiscales establecidas por las leyes aplicables en los países donde la Compañía opera y el período en el cual pueden ser aplicadas las pérdidas fiscales se mencionan a continuación:

	México	Argentina	Brasil	Colombia	Costa Rica	Guatemala	Nicaragua	Panamá	Venezuela
Tasa impositiva	34.0%	35.0%	34.0%	38.5%	30.0%	31.0%	30.0%	30.0%	34.0%
Años de prescripción	10	5	(a)	(b)	3	(c)	3	5	3

- a) En Brasil, las pérdidas fiscales no expiran, por lo tanto pueden ser aplicadas en períodos futuros en forma indefinida. Sin embargo, estas pérdidas sólo pueden ser aplicadas hasta en un 30% de la utilidad gravable generada en el año en cuestión.
- b) En Colombia, las pérdidas fiscales generadas antes del 31 de diciembre de 2002 pueden aplicarse en un período de 5 años. Las pérdidas fiscales generadas después del 1 de enero de 2003 pueden aplicarse en un período de 8 años, pero limitadas a un 25% de la utilidad gravable de cada año.
- c) En Guatemala, las pérdidas fiscales pueden aplicarse por compañías de reciente creación (no aplicable para la Compañía).

Desde principios del año 2000 hasta finales de 2002, en México, el ISR se causa a una tasa impositiva del 35%. A partir de 2003, la tasa se reduce en un punto porcentual por año hasta llegar a un 32% en 2005. Por lo tanto, la tasa fiscal para México durante 2003 es de 34%.

**b) Impuesto al activo:**

Las operaciones en México, Guatemala, Nicaragua, Venezuela, Colombia y Argentina están sujetas al impuesto al activo.

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 período. Cuando en el período 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.

En Guatemala existe un Impuesto Mínimo Alternativo (“IEMA”) equivalente al 2.25% de los ingresos del año anterior o el 3.5% del total de los activos al inicio del año. El IEMA únicamente es pagado cuando excede el ISR del ejercicio. Si en algún año se efectuara un pago del IEMA, el monto pagado puede ser acreditado contra el exceso del ISR sobre el IEMA en el año siguiente. El 2 de febrero de 2004 este impuesto fue declarado inconstitucional en Guatemala.

En Nicaragua el impuesto al activo resulta de aplicar la tasa del 1% al total de los activos al final del año. Únicamente es pagado cuando excede el ISR del ejercicio. Si en algún año se efectuara un pago de impuesto al activo, este pago será definitivo y no podrá ser acreditado contra el excedente del ISR en los años subsecuentes.

En Venezuela, el impuesto al activo resulta de aplicar la tasa del 1% al promedio neto entre los activos no monetarios ajustados por la inflación y los activos monetarios devaluados por la inflación. El impuesto al activo se paga únicamente por el monto en que exceda al ISR del ejercicio. El pago de este impuesto es recuperable en los próximos tres ejercicios.

En Colombia, el impuesto al activo resulta de aplicar la tasa del 6% al neto de los activos fiscales al inicio del año para determinar la base para el Impuesto Mínimo Alternativo, equivalente al 38.5% de dicha base. Este impuesto es pagado únicamente cuando excede el ISR del ejercicio. Si el impuesto al activo fue pagado en los años 2001 ó 2002, el monto pagado puede ser acreditado contra el excedente del ISR sobre el impuesto al activo en los siguientes tres años. Si el pago de impuesto al activo fue efectuado posterior al ejercicio 2002, el monto pagado puede ser acreditado contra el excedente del ISR sobre el impuesto al activo en los siguientes cinco años.

Las leyes fiscales en Argentina establecieron el Impuesto a las Ganancias Mínimas Presuntas (“IGMP”) que resulta de aplicar el 1% sobre ciertos activos productivos y se paga únicamente por el monto en que exceda al ISR del ejercicio. El pago de este impuesto es acreditable contra el exceso del ISR sobre el IGMP en los próximos diez ejercicios.

**c) Participación de los trabajadores en las utilidades (PTU):**

La PTU es aplicable a México y Venezuela. En México, 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 los efectos de la inflación. En Venezuela, la PTU es equivalente a un 15% de la utilidad después de impuestos.

**d) ISR y PTU Diferidos:**

Las diferencias temporales que generaron pasivos (activos) por ISR diferido son las siguientes:

<b>ISR Diferido</b>	<b>2003</b>	<b>2002</b>
Inventarios	Ps. 352,362	Ps. 122,170
Propiedades, planta y equipo <sup>(1)</sup>	1,414,435	680,668
Inversiones en acciones	176,640	23,927
Otros activos	106,656	152,322
Plan de pensiones y prima de antigüedad	(106,747)	(65,821)
Pérdidas fiscales por amortizar	(381,804)	-
Otras reservas	(1,185,092)	(65,292)
	<b>Ps. 376,450</b>	<b>Ps. 847,974</b>

(1) Incluye botellas y cajas.

Los cambios en el saldo de ISR diferido del año son los siguientes:

	<b>2003</b>	<b>2002</b>
Saldo al inicio del año	Ps. 847,974	Ps. 651,885
Saldo a la fecha de adquisición de Panamco	(934,274)	-
Provisión del año	492,082	121,950
Cambio en la tasa impositiva del ISR	(37,666)	(42,966)
Resultado por tenencia de activos no monetarios	8,334	117,105
Saldo al final del año	<b>Ps. 376,450</b>	<b>Ps. 847,974</b>

Al 31 de diciembre de 2003, no existen diferencias temporales significativas no recurrentes entre la utilidad neta del año y la utilidad fiscal gravable para PTU sobre las cuales se pueda presumir razonablemente que van a provocar un beneficio o un pasivo, por lo que no se registró provisión alguna por PTU diferida para las compañías mexicanas.

e) **Provisión de Impuesto sobre la Renta, al Activo y Participación de los Trabajadores en las Utilidades:**

		2003		2002		2001
ISR causado	Ps.	982,052	Ps.	1,696,601	Ps.	1,325,688
ISR diferido		454,416		78,984		66,024
PTU		221,761		136,528		135,031
	Ps.	1,658,229	Ps.	1,912,113	Ps.	1,526,743

A continuación, se presenta la conciliación entre la tasa impositiva del impuesto sobre la renta en México y la tasa efectiva:

	2003	2002	2001
Tasa de impuesto en México	34.00%	35.00%	35.00%
Resultado por posición monetaria	(6.26)	(3.06)	(0.75)
Componente inflacionario	6.16	0.58	0.97
Gastos no deducibles y otros	3.18	0.95	(0.15)
Impuesto causado a tasa distinta de la tasa mexicana	(1.08)	1.92	0.77
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo	-	3.44	-
Tasa efectiva consolidada	36.00%	38.83%	35.84%

f) **Pérdidas Fiscales por Amortizar e IMPAC por Recuperar:**

Al 31 de diciembre de 2003, México, Venezuela y Brasil tenían pérdidas fiscales por amortizar y/o impuesto al activo por recuperar.

Las fechas en que expiran y los montos se presentan a continuación:

Año	Pérdidas fiscales por amortizar	IMPAC por recuperar
2004	Ps. 621	Ps. 5,659
2005	433,963	35,272
2006	148	17,368
2007	1,156	-
2008	5,680	-
2009	10,670	-
2010 en adelante	2,213,251	-
	Ps. 2,665,489	Ps. 58,299

Debido a la incertidumbre en la realización de ciertas pérdidas fiscales, al 31 de diciembre de 2003 no se incluyó en la base de impuesto diferido un monto de Ps. 1,275,646 del saldo de las pérdidas fiscales por amortizar.

**Nota 23. Contingencias y Compromisos**

a) **Contingencias:**

Durante el 2002, Coca-Cola FEMSA inició una demanda de amparo en contra del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios ("IEPS") sobre los inventarios elaborados con contenido de alta fructuosa producidos a finales de 2001 y a principios de 2002. Adicionalmente, durante 2003 la Compañía incluyó en su demanda de amparo el IEPS aplicable a refrescos dietéticos y agua mineral. El 21 de noviembre de 2003, la Compañía

---

obtuvo una resolución favorable y durante 2004 espera recibir de las autoridades fiscales el IEPS pagado, en 2002, incluyendo los intereses generados. La Compañía inició también una demanda sobre el IEPS pagado en 2003. Tanto la gerencia de la Compañía como sus asesores legales consideran que es altamente probable que obtendrán una resolución favorable. La Compañía tiene afianzados pagos de este impuesto correspondientes al 2003 por Ps. 84,792, los cuales solamente serían cubiertos de perderse los juicios correspondientes en el 2003.

Durante 2000, la Comisión Federal de Competencia en México (“La Comisión”) inició una investigación sobre las prácticas de venta de *Coca-Cola* y sus embotelladores. En el 2002, la Comisión consideró que *Coca-Cola* y sus embotelladores se involucraron en prácticas monopólicas en relación con los acuerdos de exclusividad y ordenó a *Coca-Cola* y a sus embotelladores, a abstenerse de realizar acuerdos de exclusividad con detallistas, ante lo cual la Compañía, junto con otros embotelladores de *Coca-Cola*, apelaron esta decisión. La Compañía y sus asesores legales consideran que se obtendrá una resolución favorable en contra de la Comisión.

Durante agosto del 2001, la Comisión para Promover la Competencia en Costa Rica inició una investigación de las prácticas de venta de *Coca-Cola* y por supuestas prácticas monopólicas, así como el incremento en la participación en el mercado a través de contratos de exclusividad. La Compañía considera que el resultado de este asunto, no tendrá efectos adversos en su posición financiera, ni sus resultados de operación.

En 1999 la Compañía en Venezuela fue notificada sobre ciertas demandas de carácter fiscal. Estas demandas tienen un monto aproximado de \$23,000. La Compañía tiene ciertos derechos de indemnización por parte de los anteriores dueños de la subsidiaria venezolana y de The Coca-Cola Company, por una parte sustancial de tales demandas. La Compañía considera que la decisión final no tendrá efectos adversos importantes que pudieran afectar su condición financiera o sus resultados de operación.

Adicionalmente desde 2001, la Compañía en Venezuela tiene demandas de los antiguos distribuidores, reclamando supuestos derechos laborales e indemnizaciones adeudados a ellos en el momento de la terminación de su relación con la subsidiaria venezolana, por un monto aproximado de \$31,000. La Compañía considera, basada en las decisiones emitidas por la Suprema Corte a este tipo de demandas y en análisis de cada caso en particular, que estas demandas no tienen las suficientes bases legales.

Durante 2001, un sindicato obrero de Colombia presentó una demanda contra la Compañía y The Coca-Cola Company, ante la Corte Distrital de los Estados Unidos de América para el Distrito Sur del Estado de Florida, por la realización de acciones injustas en contra del sindicato y sus miembros, por un monto aproximado de \$500,000. La Compañía ha presentado una propuesta para descartar la demanda por falta de contenido y jurisdicción, dado que considera que ésta no tiene las suficientes bases legales. La Compañía ha recibido propuestas para resolver la demanda, pero no ha llegado a ningún acuerdo.

Existen ciertas contingencias de carácter fiscal de subsidiarias en el extranjero que al estar siendo litigadas requirieron de una garantía de activos.

La Compañía también tiene otras contingencias negativas, por las cuales ha registrado reservas por aquellas que considere probable que el resultado será desfavorable. El detalle de tales contingencias no ha sido revelado, ya que la Compañía considera que revelarlas podría traer un impacto negativo en su posición legal.

Otros procedimientos legales en contra o que involucran a la Compañía y sus subsidiarias están pendientes, los cuales son incidentales para la conducción de sus negocios. La Compañía considera que la resolución final de dichos procedimientos no tendrá un efecto material adverso en su situación financiera consolidada ni en sus resultados de operación.

**b) Compromisos:**

Al 31 de diciembre de 2003, la Compañía tiene compromisos por pagos de arrendamientos operativos como sigue:

2004	Ps.	173,317
2005		157,161
2006		156,360
2007		146,324
2008		144,154
2009 en adelante		272,864
	Ps.	1,050,180

El gasto por arrendamientos operativos cargado en los resultados de los años 2003, 2002 y 2001 fue de Ps. 146,976, Ps. 35,628 y Ps. 36,155, respectivamente.

**Nota 24. Información por Segmentos**

La información relevante de las subsidiarias de Coca-Cola FEMSA que representan sus diferentes segmentos, se presenta a continuación:

<b>Ingresos Totales</b>	<b>2003</b>	<b>2002</b>	<b>2001</b>
México	Ps. 23,935,153	Ps. 16,843,190	Ps. 15,783,808
Centro América <sup>(1)</sup>	2,186,518	-	-
Venezuela	2,544,496	-	-
Colombia	2,319,133	-	-
Brasil	2,796,870	-	-
Argentina	2,076,898	1,824,323	1,987,756
Eliminaciones	(129,651)	-	-
	Ps. 35,729,417	Ps. 18,667,513	Ps. 17,771,564

<b>Utilidad de Operación</b>	<b>2003</b>	<b>2002</b>	<b>2001</b>
México	Ps. 5,633,582	Ps. 4,597,403	Ps. 3,980,989
Centro América <sup>(1)</sup>	218,402	-	-
Venezuela	231,523	-	-
Colombia	261,126	-	-
Brasil	149,762	-	-
Argentina	215,593	29,407	75,560
Eliminaciones	372	-	-
	Ps. 6,710,360	Ps. 4,626,810	Ps. 4,056,549

(1) Incluye Guatemala, Nicaragua, Costa Rica y Panamá

<b>Depreciación <sup>(2)</sup></b>	<b>2003</b>	<b>2002</b>	<b>2001</b>
México	Ps. 725,537	Ps. 611,457	Ps. 712,372
Centro América <sup>(1)</sup>	103,215	-	-
Venezuela	105,990	-	-
Colombia	138,755	-	-
Brasil	42,372	-	-
Argentina	125,291	161,555	134,101
	<b>Ps. 1,241,160</b>	<b>Ps. 773,012</b>	<b>Ps. 846,473</b>
<b>Amortización y Otros Virtuales <sup>(3)</sup></b>	<b>2003</b>	<b>2002</b>	<b>2001</b>
México	Ps. 471,094	Ps. 274,206	Ps. 151,890
Centro América <sup>(1)</sup>	53,538	-	-
Venezuela	21,170	-	-
Colombia	110,452	-	-
Brasil	27,050	-	-
Argentina	71,850	36,146	928
	<b>Ps. 755,154</b>	<b>Ps. 310,352</b>	<b>Ps. 152,818</b>
<b>Deterioro en el Valor de los Activos con Vida Indefinida</b>	<b>2003</b>	<b>2002</b>	<b>2001</b>
Argentina	Ps. -	Ps. 457,194	Ps. -
	<b>Ps. -</b>	<b>Ps. 457,194</b>	<b>Ps. -</b>
<b>Gasto Financiero</b>	<b>2003</b>	<b>2002</b>	<b>2001</b>
México	Ps. 1,496,690	Ps. 343,330	Ps. 340,432
Centro América <sup>(1)</sup>	12,703	-	-
Venezuela	10,656	-	-
Colombia	45,230	-	-
Brasil	16,213	-	-
Argentina	32,197	5,049	3,003
Eliminaciones	(62,237)	-	-
	<b>Ps. 1,551,452</b>	<b>Ps. 348,379</b>	<b>Ps. 343,435</b>
<b>Producto Financiero</b>	<b>2003</b>	<b>2002</b>	<b>2001</b>
México	Ps. 190,238	Ps. 257,066	Ps. 284,288
Centro América <sup>(1)</sup>	8,273	-	-
Venezuela	2,734	-	-
Colombia	59,236	-	-
Brasil	34,311	-	-
Argentina	3,100	6,920	3,404
Eliminaciones	(70,853)	-	-
	<b>Ps. 227,039</b>	<b>Ps. 263,986</b>	<b>Ps. 287,692</b>

(2) Incluye Guatemala, Nicaragua, Costa Rica y Panamá

(3) Incluye rotura y botellas

(4) Excluye cargos virtuales de los activos y pasivos circulantes

<b>ISR</b>	<b>2003</b>	<b>2002</b>	<b>2001</b>
México	Ps. 1,048,781	Ps. 1,797,162	Ps. 1,351,120
Centro América <sup>(1)</sup>	61,694	-	-
Venezuela	34,215	-	-
Colombia	176,033	-	-
Brasil	32,959	-	-
Argentina	68,818	(21,577)	40,592
Eliminaciones	13,968	-	-
	<b>Ps. 1,436,468</b>	<b>Ps. 1,775,585</b>	<b>Ps. 1,391,712</b>

<b>Inversiones en Activo Fijo<sup>(4)</sup></b>	<b>2003</b>	<b>2002</b>	<b>2001</b>
México	Ps. 1,431,157	Ps. 1,328,348	Ps. 832,041
Centro América <sup>(1)</sup>	162,907	-	-
Venezuela	44,670	-	-
Colombia	982	-	-
Brasil	165,691	-	-
Argentina	104,998	81,358	33,260
	<b>Ps. 1,910,405</b>	<b>Ps. 1,409,706</b>	<b>Ps. 865,301</b>

<b>Activos Intangibles y Otros Activos</b>	<b>2003</b>	<b>2002</b>
México	Ps. 26,532,616	Ps. 925,505
Centro América <sup>(1)</sup>	2,802,024	-
Venezuela	1,101,099	-
Colombia	3,157,766	-
Brasil	1,305,798	-
Argentina	199,604	228,380
	<b>Ps. 35,098,907</b>	<b>Ps. 1,153,885</b>

<b>Activos de Largo Plazo</b>	<b>2003</b>	<b>2002</b>
México	Ps. 10,462,355	Ps. 6,537,368
Centro América <sup>(1)</sup>	4,762,135	-
Venezuela	2,883,162	-
Colombia	4,866,215	-
Brasil	3,370,539	-
Argentina	1,226,375	1,061,031
Eliminaciones	(9,323,649)	-
	<b>Ps. 18,247,132</b>	<b>Ps. 7,568,399</b>

(1) Incluye Guatemala, Nicaragua, Costa Rica y Panamá

(4) Incluye inversiones en propiedades planta y equipo y otros activos

<b>Total Activos</b>		<b>2003</b>		<b>2002</b>
México	Ps.	52,273,504	Ps.	15,503,501
Centro América <sup>(1)</sup>		5,656,703		-
Venezuela		3,668,518		-
Colombia		6,687,621		-
Brasil		4,519,906		-
Argentina		1,631,273		1,583,168
Eliminaciones		(13,017,772)		-
	Ps.	61,419,753	Ps.	17,086,669

<b>Total Pasivos</b>		<b>2003</b>		<b>2002</b>
México	Ps.	35,558,118	Ps.	6,947,867
Centro América <sup>(1)</sup>		1,274,073		-
Venezuela		2,310,257		-
Colombia		1,515,509		-
Brasil		2,142,785		-
Argentina		585,259		470,661
Eliminaciones		(4,782,825)		-
	Ps.	38,603,176	Ps.	7,418,528

(1) Incluye Guatemala, Nicaragua, Costa Rica y Panamá

#### **Nota 25. 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 26 presenta la conciliación entre PCGA mexicanos y los US GAAP de la utilidad neta mayoritaria, el capital contable mayoritario y la utilidad neta integral mayoritaria. Estas conciliaciones no incluyen la reversión de los efectos de la inflación requeridos por los PCGA mexicanos en el Boletín B-10 “Reconocimiento de los Efectos de la Inflación en la Información Financiera”, ya que la aplicación de este boletín 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, que tienen un efecto en los estados financieros consolidados de la Compañía, se describen a continuación:

##### **a) Actualización de los Estados Financieros de Períodos Anteriores:**

Como se explica en la Nota 5 a), de acuerdo a PCGA mexicanos, la información financiera de períodos anteriores de subsidiarias mexicanas se actualiza utilizando factores inflacionarios y la información 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 período.

Bajo US GAAP, la Compañía aplica las reglas emitidas por The Securities and Exchange Commission de los Estados Unidos de América (“SEC”), las cuales requieren que la información financiera de períodos anteriores se actualice en unidades constantes de la moneda que se reporta. Para el caso de la Compañía es el peso mexicano, y las cifras de años anteriores se actualizan aplicando los factores de inflación.

Adicionalmente, los ajustes para conciliar a US GAAP de años anteriores, han sido actualizados con base en la metodología de la SEC.

**b) Diferencias de Clasificación:**

Algunas partidas requieren una clasificación diferente en los estados consolidados de situación financiera o los estados de resultados bajo US GAAP. Esto incluye:

- Como se explica en la Nota 5 c), para efectos de PCGA mexicanos, los anticipos a proveedores se clasifican como inventarios. Para efectos de US GAAP son clasificados como pagos anticipados.
- El deterioro del crédito mercantil y otros activos de larga duración, la ganancia o pérdida en la disposición de activo fijo, las indemnizaciones y la participación de los trabajadores en las utilidades deben ser incluidos en los gastos de operación para efectos de US GAAP.

**c) Gastos Promocionales Diferidos:**

Como se explica en la Nota 5 d), 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 registran en resultados al momento en que se incurren.

**d) Activos Intangibles:**

Como se explica en la Nota 5 i), bajo PCGA mexicanos, hasta el 1 de enero de 2003 el crédito mercantil era amortizable en un plazo no mayor a 20 años. El boletín C-8 "Activos intangibles" ("C-8") el cual surtió efecto el 1 de enero de 2003, reconoce que ciertos activos intangibles tienen vida indefinida y no deben ser amortizados. Bajo US GAAP, de acuerdo al nuevo Statement of Financial Accounting Standards ("SFAS") No. 142, "Goodwill and Other Intangible Assets" (Crédito Mercantil y Otros Activos Intangibles), que entró en vigor el 1o. de enero de 2002, el crédito mercantil no es sujeto de amortización durante su vida útil estimada, pero es sujeto a una valuación cuando menos una vez al año para determinar su valor razonable. Consecuentemente, la amortización para activos intangibles de vida indefinida, fue suprimida para US GAAP en 2002 y para efectos de PCGA mexicanos en el 2003.

A continuación se muestra la conciliación de la utilidad neta y la utilidad por acción bajo US GAAP previamente reportada de los impuestos ajustados para excluir la amortización.

	2003	2002	2001
<b>Utilidad neta reportada:</b>	<b>Ps. 2,298,443</b>	Ps. 2,624,372	Ps. 2,391,988
Más: Amortización de intangibles	-	-	122,171
<b>Utilidad neta ajustada</b>	<b>2,298,443</b>	2,624,372	2,514,159
<b>Utilidad neta por acción reportada:</b>	<b>1.35</b>	1.84	1.68
Más: Amortización de intangibles	-	-	0.08
<b>Utilidad neta por acción ajustada</b>	<b>Ps. 1.35</b>	Ps. 1.84	Ps. 1.76

Como resultado de la adopción de este boletín, la Compañía realizó una valuación para determinar si existía deterioro en el valor del crédito mercantil al 1 de enero de 2002. El resultado de dicha prueba fue que no se requería el reconocimiento de un ajuste al valor del crédito mercantil. La Compañía realiza pruebas anuales del valor del crédito mercantil, a menos que ocurran eventos o las circunstancias cambien, de tal forma que puedan reducir el valor de mercado de una unidad de negocio por debajo de su valor en libros. Como se menciona en la Nota 4, como resultado de cambios adversos importantes en la economía de Argentina durante el 2002, la Compañía reconoció al 1 de julio de 2002, un ajuste al crédito mercantil por la adquisición de Coca-Cola FEMSA Buenos Aires.

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

Como se explica en la Nota 5 e), de acuerdo con PCGA mexicanos, la maquinaria y el equipo de procedencia extranjera han sido actualizados mediante la aplicación de la tasa de inflación del país de origen y convertidos al tipo de cambio de cierre del período.

---

De acuerdo con US GAAP, la Compañía aplica las reglas emitidas por la SEC, las cuales requieren que se actualice la maquinaria y el equipo, tanto de procedencia nacional como de procedencia extranjera, utilizando factores inflacionarios.

**f) Capitalización del Costo Integral de Financiamiento:**

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

De acuerdo a US GAAP, los intereses 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 la tasa promedio ponderada de la deuda de la Compañía al saldo de inversiones en proceso. Adicionalmente, si el financiamiento es en pesos Mexicanos, al interés determinado bajo el procedimiento anterior se le deduce la ganancia por posición monetaria asociada a dicha deuda.

**g) Instrumentos Financieros:**

De acuerdo con PCGA mexicanos, como se menciona en la Nota 5 r) a partir de enero de 2001 entró en vigor el Boletín C-2.

De acuerdo con US GAAP entró en vigor a partir de 2001, el SFAS No. 133 “Accounting for Derivative Instruments and Hedging Activities” (Tratamiento Contable para Instrumentos Derivados y Actividades de Cobertura), el cual requiere el reconocimiento de todos los instrumentos financieros derivados en conjunto con la partida cubierta correspondiente a su valor razonable en el estado de situación financiera, ya sean activos o pasivos. El SFAS No. 133 requiere que los cambios en el valor de mercado de los instrumentos financieros derivados sean reconocidos:

- En los resultados del período; o
- En los otros componentes de la utilidad integral, si los instrumentos representan coberturas de flujos de efectivo se califican como coberturas contables.

La Compañía para efectos del SFAS No. 133, no ha designado como cobertura los instrumentos derivados contratados antes del 31 de diciembre de 2000, por lo que el efecto de la valuación de los mismos se reconoció en el estado de resultados como cambio en política contable bajo US GAAP el 1 de enero de 2001.

De acuerdo con PCGA mexicanos, los contratos swap de aluminio y contratos forward para la compra de acciones contratados por la Compañía (ver Nota 18), han sido clasificados con fines de cobertura y por lo tanto valuados utilizando el mismo criterio de valuación aplicado al activo o pasivo cubierto, los cuales se registran en resultados al momento de ser consumidos o pagados. Sin embargo, bajo US GAAP éstos deben ser valuados a su valor de mercado reconociendo su correspondiente activo o pasivo. Debido a que la relación de cobertura de los instrumentos financieros no ha sido debidamente documentada como lo requiere US GAAP, se incluye una partida en conciliación por este concepto para ajustar la utilidad por la diferencia en el método de valuación.

**h) ISR y PTU Diferidos:**

Para efectos de US GAAP se aplican las reglas establecidas en el SFAS No. 109 “Accounting for Income Taxes” (Reconocimiento del Impuesto Sobre la Renta), las cuales difieren con respecto a PCGA mexicanos en lo siguiente:

- Bajo PCGA mexicanos los impuestos diferidos se clasifican 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 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. Lo anterior no genera diferencia en la utilidad neta, únicamente afecta la presentación entre el resultado por posición monetaria y la provisión de impuesto diferidos.

- Bajo PCGA mexicanos el cambio en la tasa de ISR (ver Nota 22 a)) aprobado a la fecha de los estados financieros se considera en el cálculo del impuesto diferido a la fecha de cierre del período. Bajo US GAAP un cambio en la tasa debe ser considerado en el cálculo del impuesto diferido hasta la fecha de promulgación, la cual fue el 1° de enero de 2002.
- Bajo PCGA mexicanos la PTU diferida se calcula considerando sólo las diferencias temporales que surjan durante el período y se espera que se reviertan en un período determinado, mientras que bajo US GAAP se utiliza el método del pasivo, mismo que es aplicado para el cálculo del ISR diferido. Adicionalmente, para US GAAP la PTU debe ser clasificada como un gasto de operación.
- Las diferencias en pagos anticipados, actualización de maquinaria y equipo de importación, la capitalización del costo integral de financiamiento, los instrumentos financieros y el plan de pensiones tienen un tratamiento diferente bajo US GAAP (ver Nota 25 c), e), f), g) e i)), por lo que el ISR diferido bajo US GAAP difiere al presentado bajo PCGA mexicanos (ver Nota 22 d).

<b>Conciliación del ISR Diferido</b>	<b>2003</b>	<b>2002</b>
ISR diferido bajo PCGA mexicanos	Ps. 376,450	Ps. 847,974
Ajustes para US GAAP:		
Pagos anticipados	(36,701)	(3,637)
Revaluación de maquinaria y equipo importado	(7,265)	111,648
Instrumentos financieros	(33,073)	
Plan de pensiones y jubilaciones	1,620	1,123
Total de ajustes	(75,419)	(109,134)
Ajuste por inflación al saldo del año anterior	-	(29,250)
ISR diferido bajo US GAAP	Ps. 301,031	Ps. 927,858

El total de impuesto sobre la renta diferido bajo US GAAP, incluye la parte circulante (activo) pasivo correspondiente al 31 de diciembre de 2003 y 2002 de Ps. (172,026) y Ps. 84,674, respectivamente.

Los cambios en el saldo de ISR diferido en el período son los siguientes:

	<b>2003</b>	<b>2002</b>
Saldo inicial	Ps. 927,858	Ps. 980,598
Provisión del año	338,469	36,892
Otros conceptos de utilidad integral	(33,073)	-
Adquisición de Panamco	(934,274)	-
Efecto de inflación	2,051	(89,632)
Saldo Final	Ps. 301,031	Ps. 927,858

<b>Conciliación PTU Diferida</b>	<b>2003</b>	<b>2002</b>
PTU diferida bajo PCGA mexicanos	Ps. -	Ps. -
Ajustes para US GAAP:		
Inventarios	106,776	35,933
Propiedades, planta y equipo, neto	436,345	372,694
Otros activos	47,275	43,106
Plan de pensiones y jubilaciones	(27,187)	(18,012)
Otras reservas	(71,858)	(13,631)
Total de ajustes	491,351	420,090
PTU diferida bajo US GAAP	Ps. 491,351	Ps. 420,090

Los cambios en el saldo de la PTU diferida en el período son los siguientes:

	2003		2002	
Saldo inicial	Ps.	420,090	Ps.	322,044
Provisión del período		36,257		100,660
Adquisición de Panamco		36,508		-
Efecto de inflación		(1,504)		(2,614)
Saldo final	Ps.	491,351	Ps.	420,090

**i) Plan de Pensiones y Jubilaciones:**

De acuerdo con PCGA mexicanos el plan de pensiones y jubilaciones se determinan mediante cálculos actuariales de acuerdo con el Boletín D-3 "Obligaciones Laborales", el cual es esencialmente igual al SFAS No. 87 "Employers' Accounting for Pensions" (Reconocimiento de las Pensiones por Parte de los Patrones) de los US GAAP, excepto por el año inicial de aplicación de dichos boletines. 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 existen diferencias 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 15).

A continuación se presentan las integraciones correspondientes al plan de pensiones y jubilaciones de acuerdo con el SFAS No. 87:

Costo Neto del Año	2003		2002		2001	
Costo laboral	Ps.	21,470	Ps.	10,428	Ps.	8,874
Costo financiero		22,915		7,035		7,523
Rendimiento de los activos del plan		(7,543)		(2,764)		(3,248)
Amortización de servicios pasados y variaciones actuariales		(561)		(1,209)		(1,965)
Pérdida actuarial		36,281		13,490		11,184
Costo de pensiones neto bajo PCGA mexicanos		34,803		12,380		11,575
Costo (ingreso) adicional bajo US GAAP	Ps.	1,478	Ps.	1,110	Ps.	(391)

Pasivo del Plan de Pensiones y Jubilaciones	2003		2002	
Obligaciones por beneficios proyectados	Ps.	702,261	Ps.	179,811
Fideicomiso del plan de pensiones a valor de mercado		(206,408)		(36,732)
Obligaciones por beneficios proyectados sin fondear		495,853		143,079
Obligaciones por servicios pasados por amortizar		(8,534)		(18,470)
Utilidad actuarial		35,037		43,393
Total pasivo bajo US GAAP		522,356		168,002
Total pasivo bajo PCGA mexicanos		(527,266)		(171,283)
Pasivo adicional que deberá ser cancelado bajo US GAAP	Ps.	(4,910)	Ps.	(3,281)

<b>Cambios en las Obligaciones por Beneficios Proyectados</b>	<b>2003</b>	<b>2002</b>
Obligaciones al inicio del período	Ps. 179,811	Ps. 134,610
Efecto por la adquisición de Panamco	485,041	-
Costo laboral	21,470	10,428
Costo financiero	22,915	7,035
Ganancia (pérdida) actuarial	(938)	35,608
Retiros del fondo	(6,038)	(7,870)
<b>Obligaciones al final del período</b>	<b>Ps. 702,261</b>	<b>Ps. 179,811</b>

<b>Cambios en los activos del plan a valor de mercado</b>	<b>2003</b>	<b>2002</b>
Saldo al inicio del período	Ps. 36,732	Ps. 41,838
Efecto por la adquisición Panamco	163,954	-
Rendimientos de los activos del plan	15,800	2,764
Retiros del fondo	(10,078)	(7,870)
<b>Saldo al final del período</b>	<b>Ps. 206,408</b>	<b>Ps. 36,732</b>

**j) Interés Minoritario:**

De acuerdo con PCGA mexicanos, el interés minoritario de las subsidiarias consolidadas se presenta en el estado de situación financiera consolidado en un renglón por separado en el capital contable.

De acuerdo con US GAAP, esta partida debe ser excluida del capital contable consolidado. Adicionalmente, en el estado de resultados, el interés minoritario de las subsidiarias consolidadas se excluye de la utilidad neta consolidada.

Cada una de las partidas en conciliación mostradas en la Nota 26 a) y b) fueron calculadas sobre bases consolidadas, por lo que el efecto correspondiente al interés minoritario de estas partidas es presentado en un renglón por separado, para obtener la utilidad neta y el capital contable bajo US GAAP.

**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 “Estado de Cambios en la Situación Financiera”, el cual presenta la generación y aplicación de recursos determinados por las diferencias en pesos constantes entre saldos iniciales y finales del estado de situación financiera. El Boletín B-12 considera que las utilidades y pérdidas por posición monetaria y la fluctuación cambiaria, son desembolsos de efectivo para la determinación de los recursos generados por las operaciones.

De acuerdo con US GAAP se aplica el SFAS No. 95 “Statement of Cash Flow” (Estado de Flujo de Efectivo) sin incluir los efectos de inflación (ver Nota 25 I).

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

<b>Estado de Situación Financiera</b>	<b>2003</b>	<b>2002</b>
Activo circulante	Ps. 8,134,528	Ps. 8,297,654
Propiedades, planta y equipo	17,786,048	7,556,577
Otros activos	35,575,507	1,299,875
<b>Total activo</b>	<b>61,496,083</b>	<b>17,154,106</b>
Pasivo circulante	9,403,956	2,724,840
Pasivo a largo plazo	26,616,592	3,486,929
Otros pasivos	3,263,132	1,647,922
<b>Total pasivo</b>	<b>39,283,680</b>	<b>7,859,691</b>
Interés minoritario en subsidiarias consolidadas	163,459	-
<b>Capital contable</b>	<b>22,048,944</b>	<b>9,294,415</b>
<b>Total pasivo y capital contable</b>	<b>Ps. 61,496,083</b>	<b>Ps. 17,154,106</b>

<b>Estado de Resultados</b>	<b>2003</b>		<b>2002</b>		<b>2001</b>	
Ingresos totales	Ps.	<b>35,729,417</b>	Ps.	18,320,674	Ps.	19,237,284
Utilidad de operación		<b>6,365,099</b>		4,388,090		3,941,034
Utilidad antes de impuestos		<b>3,639,175</b>		4,352,997		3,793,616
Impuestos		<b>1,320,521</b>		1,728,625		1,401,628
Utilidad neta		<b>2,318,654</b>		2,624,372		2,391,988
Utilidad minoritaria		<b>(20,211)</b>		-		-
Utilidad mayoritaria		<b>2,298,443</b>		2,624,372		2,391,988
Resultado por conversión		<b>(207,046)</b>		(702,897)		1,681,531
Resultado por tenencia de activos no Monetarios		<b>910,737</b>		(227,075)		388,174
Otros conceptos de utilidad integral		<b>(67,147)</b>		-		-
Utilidad neta integral		<b>2,934,987</b>		1,694,400		1,098,631
Promedio ponderado de acciones en circulación (miles)		<b>1,704,250</b>		1,425,000		1,425,000
Utilidad neta integral por acción (en pesos mexicanos)	Ps.	<b>1.72</b>	Ps.	1.19	Ps.	0.77

<b>Estados de Flujo de Efectivo (1)</b>	<b>2003</b>		<b>2002</b>		<b>2001</b>	
Utilidad neta mayoritaria	Ps.	<b>2,228,881</b>	Ps.	2,524,210	Ps.	2,250,232
Cargos virtuales		<b>2,750,821</b>		966,682		1,055,704
Otros gastos		<b>22,691</b>		377,531		39,729
(Inversión en) generación de capital de trabajo		<b>(2,553,018)</b>		154,140		320,511
Flujo neto de operación		<b>2,449,375</b>		4,022,563		3,666,176
Adquisición de Panamco		<b>(29,191,840)</b>		-		-
Inversión en activos fijos y otros activos		<b>(1,914,774)</b>		(1,170,060)		(777,895)
Total de actividades de inversión		<b>(31,106,614)</b>		(1,170,060)		(777,895)
Gasto financiero		<b>30,823</b>		30,169		5,643
Préstamos bancarios		<b>15,889,909</b>		(10,805)		(24,697)
Aumento de capital		<b>9,584,874</b>		-		-
Dividendos pagados		-		(561,023)		(292,125)
Otras partidas financieras		<b>(1,017,345)</b>		(407,225)		184,868
Flujo neto generado por (utilizado en) actividades de financiamiento		<b>24,488,261</b>		(948,884)		(126,311)
Variación de efectivo y valores de realización inmediata		<b>(4,168,978)</b>		1,903,619		2,761,970
Efecto por diferencia en el tipo de cambio en el efectivo		<b>147,634</b>		(194,551)		(316,356)
Efectivo y valores de realización inmediata de la adquisición de Panamco		<b>633,183</b>		-		-
Efectivo y valores de realización inmediata al inicio del año		<b>6,171,394</b>		4,462,326		2,016,712
Efectivo y valores de realización inmediata al final del año	Ps.	<b>2,783,233</b>	Ps.	6,171,394	Ps.	4,462,326

(1) Expresados en pesos mexicanos históricos.

<b>Información complementaria del flujo de efectivo: (1)</b>	<b>2003</b>		<b>2002</b>		<b>2001</b>	
Intereses pagados	Ps.	<b>1,124,275</b>	Ps.	42,847	Ps.	38,610
ISR e IMPAC pagado		<b>1,588,809</b>		1,873,150		1,408,205

(1) Expresados en pesos mexicanos históricos.

**Estados de Variaciones en las Cuentas del Capital Contable:**

		<b>2003</b>		<b>2002</b>
Capital Contable al inicio del período	<b>Ps.</b>	<b>9,294,415</b>	Ps.	8,208,275
Dividendos pagados		-		(608,260)
Resultado por conversión		<b>(207,046)</b>		(702,897)
Aportaciones de capital		<b>9,819,542</b>		-
Resultado por tenencia de activos no monetarios		<b>910,737</b>		(227,075)
Otros conceptos de utilidad integral		<b>(67,147)</b>		-
Utilidad neta del período		<b>2,298,443</b>		2,624,372
Capital Contable al final del período	<b>Ps.</b>	<b>22,048,944</b>	Ps.	9,294,415

**Nota 26. Conciliación entre PCGA Mexicanos y los US GAAP****a) Conciliación de la utilidad neta mayoritaria del año :**

		<b>2003</b>		<b>2002</b>		<b>2001</b>
Utilidad neta bajo PCGA mexicanos	<b>Ps.</b>	<b>2,311,842</b>	Ps.	2,660,801	Ps.	2,325,939
Ajustes para US GAAP:						
Actualización de los estados financieros de períodos anteriores (Nota 25 a)		-		5,384		140,208
Gastos promocionales (Nota 25 c)		<b>(100,923)</b>		(10,697)		-
Activos intangibles (Nota 25 d)		-		38,819		-
Actualización de maquinaria y equipo de importación (Nota 25 e)		<b>7,763</b>		(13,651)		(6,770)
Capitalización del resultado integral de financiamiento (Nota 25 f)		<b>(5,847)</b>		(690)		18,466
Instrumentos financieros (Nota 25 g)		<b>7,396</b>		(4,815)		-
ISR diferido (Nota 25 h)		<b>115,947</b>		50,991		3,523
PTU diferido (Nota 25 h)		<b>(36,257)</b>		(100,660)		(89,769)
Plan de pensiones y jubilaciones (Nota 25 i)		<b>(1,478)</b>		(1,110)		391
Total de ajustes		<b>(13,399)</b>		(36,429)		66,049
Utilidad neta bajo US GAAP	<b>Ps.</b>	<b>2,298,443</b>	Ps.	2,624,372	Ps.	2,391,988

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, el crédito mercantil y el pasivo del plan de pensiones, que son partidas no monetarias.

**b) Conciliación del capital contable mayoritario:**

		<b>2003</b>		<b>2002</b>
Capital contable bajo PCGA mexicanos	<b>Ps.</b>	<b>22,653,118</b>	Ps.	9,668,141
Ajustes para US GAAP:				
Actualización de estados financieros de períodos anteriores (Nota 25 a)		-		(181,437)
Gastos promocionales (Nota 25 c)		<b>(111,212)</b>		(10,697)
Activos intangibles (Nota 25 d)		<b>38,819</b>		38,819
Actualización de maquinaria y equipo de importación (Nota 25 e)		<b>(94,376)</b>		233,427
Capitalización del resultado integral de financiamiento (Nota 25 f)		<b>71,073</b>		76,920
Instrumentos financieros (Nota 25 g)		<b>(97,456)</b>		(4,815)
ISR diferido (Nota 25 h)		<b>75,419</b>		(109,134)
PTU diferida (Nota 25 h)		<b>(491,351)</b>		(420,090)
Plan de pensiones y jubilaciones (Nota 25 i)		<b>4,910</b>		3,281
Total de ajustes		<b>(604,174)</b>		(373,726)
Capital contable bajo US GAAP	<b>Ps.</b>	<b>22,048,944</b>	Ps.	9,294,415

c) **Conciliación de la utilidad integral:**

	2003		2002		2001
Utilidad integral bajo PCGA mexicanos	Ps. 3,165,435	Ps.	2,113,205	Ps.	2,284,254
Ajustes para US GAAP:					
Utilidad neta (Nota 23 a)	(13,399)		(36,429)		66,049
Resultado por conversión	(207,046)		(702,897)		(1,681,531)
Resultado por tenencia de activos no monetarios	57,144		320,521		429,859
Otros conceptos de utilidad integral	(67,147)		-		-
Utilidad integral bajo US GAAP	Ps. 2,934,987	Ps.	1,694,400	Ps.	1,098,631

**Nota 27. Impacto futuro de nuevos pronunciamientos contables**

a) **En los PCGA en México:**

**Boletín C-15, “Deterioro en el Valor de los Activos de Larga Duración y su Disposición” (“C-15”):**

En marzo de 2003, el Instituto Mexicano de Contadores Públicos (“IMCP”) emitió el Boletín C-15, de aplicación obligatoria para estados financieros de años que inicien el 1 de enero de 2004, aunque se recomienda su aplicación anticipada. El C-15 establece, entre otros aspectos, nuevas reglas para el cálculo y reconocimiento de pérdidas por deterioro de estos activos y su reversión. Para calcular la pérdida por deterioro, se debe determinar el valor de recuperación que ahora se define como el mayor entre el precio neto de venta de una unidad generadora de efectivo y su valor de uso, que es el valor presente de los flujos netos de efectivo futuros, utilizando una tasa apropiada de descuento.

En las disposiciones anteriores a este nuevo boletín, se utilizan flujos netos de efectivo futuros referidos al poder adquisitivo a la fecha de evaluación, sin requerir consecuentemente, que dichos flujos sean descontados. La Compañía estima que la aplicación de este nuevo pronunciamiento no tendrá un impacto significativo en su posición financiera ni en los resultados de operación.

**Boletín C-12, “Instrumentos Financieros con Características de Pasivo, de Capital o de Ambos” (“C-12”):**

En abril de 2003, el IMCP emitió el Boletín C-12, de aplicación obligatoria para los estados financieros de períodos que inicien el 1 de enero de 2004, aunque se recomienda su aplicación anticipada. El C-12 establece las diferencias básicas entre pasivo y capital, así como las reglas para apropiadamente identificar, clasificar y registrar, en el reconocimiento inicial, los componentes de pasivo y de capital de los instrumentos financieros combinados. Este nuevo procedimiento es similar al SFAS No. 150 “Accounting for Certain Financial Instruments with Characteristics of both Liabilities and Equity” (Registro de Ciertos Instrumentos Financieros con Características de Pasivo, de Capital o de Ambos). La Compañía no tiene contemplado que este nuevo pronunciamiento tenga un impacto significativo en su posición financiera o en los resultados de su operación.

b) **En los US GAAP:**

**SFAS No. 149, “Amendment of Statement 133 on Derivative Instruments and Hedging Activities” (Modificación del SFAS 133 en Instrumentos Derivados y Actividades de Cobertura) (“SFAS No. 149”):**

En abril de 2003, el FASB emitió el SFAS No. 149, el cual modifica y aclara el tratamiento contable y los reportes para instrumentos derivados, incluyendo ciertos instrumentos derivados incluidos en otros contratos y para actividades de cobertura bajo SFAS No. 133. Los cambios en este pronunciamiento mejoran los reportes financieros, al requerir que el tratamiento contable para los contratos con características comparables, sea similar. Este nuevo pronunciamiento será efectivo para contratos que sean celebrados o modificados después del 30 de junio de 2003, excepto por lo que se menciona en el párrafo siguiente y para relaciones de cobertura designadas después del 30 de junio de 2003. Adicionalmente, excepto lo que se menciona en el párrafo siguiente, todas las provisiones de este pronunciamiento deberán ser aplicadas anticipadamente.

Las provisiones de esta norma que se refiere a las implementaciones del SFAS No. 133 que han sido efectivas para los trimestres fiscales que comienzan antes del 15 de junio de 2003, deberán continuar aplicándose de acuerdo con

---

sus respectivas fechas efectivas. La Compañía estima que la aplicación de este nuevo pronunciamiento no tendrá un impacto significativo en su posición financiera ni en los resultados de operación.

**FASB Interpretation No. 46, “Consolidation of Variable Interest Entities” (Consolidación de Entidades de Interés Variable) (“FIN No. 46”):**

En enero del 2003, el FASB emitió el FIN No. 46, el cual aclara la aplicación del Accounting Research Bulletin (“ARB”) No. 51, “Consolidated Financial Statements” (Estados Financieros Consolidados), en ciertas entidades en donde los accionistas no tienen los atributos de contar con control financiero o no tienen capital en riesgo suficiente para financiar sus actividades sin apoyo financiero adicional de otras entidades. El FIN No. 46 surtió efecto inmediato para todos los intereses variables poseídos por la Compañía en una entidad de interés variable creada después del 31 de enero de 2003. Por aquellos intereses variables poseídos por la Compañía en una entidad de interés variable que haya sido creada antes del 1 de febrero de 2003, la Compañía estará obligada a aplicar las estipulaciones del FIN No. 46 al 31 de diciembre de 2004. Actualmente, la Compañía no posee ningún interés variable en entidades de interés variable.

**Nota 28. Información Complementaria Pro forma no Auditada.**

Se presenta información financiera pro forma no auditada del estado de resultados para los años 2003 y 2002, como si la adquisición de Panamco hubiera ocurrido el 1° de enero de cada año presentado y se preparó solo para efectos comparativos. La información fue preparada de acuerdo con PCGA Mexicanos y consecuentemente, incluye los efectos de la inflación. Los ajustes pro forma que se incluyen son para conformar las políticas contables utilizadas por Panamco con las de la Compañía, tales como tasas de depreciación de activos fijos, tratamiento contable de envases y cajas, vida útil de los refrigeradores, así como el reconocimiento del costo integral de financiamiento relativo al pasivo adicional contratado para la adquisición de Panamco. También, se incluyó el efecto fiscal correspondiente de todos los ajustes anteriores.

Los ajustes pro forma no incluyen eficiencias operativas y ahorros en costos que la Compañía considera se pudieran haber logrado si la adquisición se hubiera realizado a principios de los años presentados.

	<b>2003</b>	<b>2002</b>
Ventas netas	Ps. 43,710,952	Ps. 43,970,241
Ingresos totales	44,006,113	44,223,606
Utilidad neta	2,766,723	3,530,583
Utilidad por acción (pesos)	1.50	1.91

Los resultados pro forma no necesariamente reflejan los resultados de las operaciones de los años presentados, si la adquisición de Panamco hubiese ocurrido al principio de los años presentados.



---

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

Gral. Anaya 601 Pte.

Col. Bolla Vista

---

64410 Monterrey, N.L.

(52-81) 8328-6180

México, D.F., el día de su presentación

Comisión Nacional Bancaria y de Valores  
Vicepresidencia de Supervisión Bursátil  
Insurgentes Sur 1971, Torre Sur, Piso 10  
Col. Guadalupe Inn  
01020 México D.F.

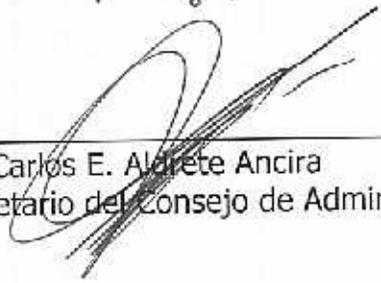
Los que suscribimos la presente hacemos constar que hemos revisado el reporte sobre el grado de adhesión al Código de Mejores Prácticas Corporativas de **COCA-COLA FEMSA, S.A. DE C.V.** de fecha 15 de Marzo del 2004, el cual fue elaborado con base en la información proporcionada por consejeros y funcionarios de esta sociedad, estando de acuerdo con su contenido.

Atentamente,



---

Ing. José Antonio Fernández Carbajal  
Presidente del Consejo de Administración



---

Lic. Carlos E. Alzate Ancira  
Secretario del Consejo de Administración