

FEMSA Reporta Sólido Crecimiento en Ingresos Totales y Utilidad de Operación en el 2T09

Monterrey, México, 28 de Julio del 2009, — Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. ("FEMSA") anuncia sus resultados operativos y financieros para el segundo trimestre de 2009.

Datos Relevantes del Segundo Trimestre:

- **Crecimiento de 18.8% en los ingresos totales consolidados y 16.1% en la utilidad de operación, comparados con el segundo trimestre del 2008.**
 - A pesar del complejo entorno económico, FEMSA generó otro trimestre de sólido crecimiento en los ingresos totales y en la utilidad de operación, debido principalmente al incremento de doble dígito en Coca-Cola FEMSA y FEMSA Comercio.
 - La utilidad neta mayoritaria permaneció estable comparada con el mismo periodo de 2008, sin embargo para el primer semestre del 2009 la utilidad neta mayoritaria disminuyó 14.2%.
- **Coca-Cola FEMSA tuvo un incremento en ingresos totales y utilidad de operación de 30.4% y 16.0%, respectivamente.**
 - Impulsado por el crecimiento de doble dígito en la utilidad de operación en Latincentro y Mercosur, combinado con un crecimiento moderado en México.
- **FEMSA Cerveza registró un incremento de 6.7% en ingresos totales y una ligera disminución de 0.7% en la utilidad de operación.**
 - El volumen de ventas en México disminuyó 5.9% y 8.4% en Brasil, sin embargo, los sólidos incrementos de precios en ambos mercados compensaron una caída en el volumen, resultando en un incremento en ingresos de 3.2% y 0.5%, respectivamente. El volumen de ventas en Exportación incrementó 2.4%, a pesar del entorno de contracción registrado en la categoría de importadas en Estados Unidos.
 - El incremento en ingresos totales, combinado con una estricta contención en gastos de operación compensaron parcialmente la presión en los costos de las materias primas, resultando en una ligera disminución de 0.7% en la utilidad de operación.
- **FEMSA Comercio continuó su fuerte ritmo de crecimiento y expansión de margen.**
 - La utilidad de operación registró un incremento de 40.9%, resultando en 150 puntos base de expansión en el margen de operación comparado con el segundo trimestre del 2008, llegando a 8.0% de los ingresos totales.

Contacto para Inversionistas:

(52) 818-328-6167
investor@femsa.com.mx

Contacto para Medios:

(52) 818-328-6046
comunicacion@femsa.com



José Antonio Fernández Carbajal, Presidente del Consejo y Director General de FEMSA, comentó "Durante el segundo trimestre, logramos mantener las tendencias de desempeño registradas durante el primer trimestre, ya que algunos de nuestros resultados internacionales lograron compensar el complejo entorno que estamos viviendo en nuestras operaciones de bebidas en México. Por su parte FEMSA Comercio logró otro fuerte trimestre. Sin embargo, nuestra utilidad neta para el primer semestre cayó de manera importante, a pesar de una dinámica más sana en nuestras operaciones fuera de México. Si bien vemos que existen signos alentadores de una ligera recuperación en el entorno en los próximos meses, continuaremos cautelosos frente a los riesgos que tenemos hacia delante, al tiempo que seguiremos ejecutando nuestra estrategia.

FEMSA Consolidado

Nuestros resultados de operación han sido afectados por la depreciación de las monedas locales de nuestras principales operaciones frente al dólar, particularmente a partir del 4T08, y continuaron depreciándose durante el 2T09. Relativo a la fecha comparable del 2008, al 30 de junio del 2009, el peso mexicano se depreció aproximadamente 28%, mientras que el real brasileño se depreció 23%.

Los **ingresos totales** aumentaron 18.8% en comparación al 2T08 alcanzando 48,179 millones de pesos. Coca-Cola FEMSA contribuyó aproximadamente con 74% de los ingresos totales incrementales; FEMSA Comercio y FEMSA Cerveza representaron la diferencia. Para el primer semestre del 2009, los ingresos totales de FEMSA incrementaron 18.7%, alcanzando 91,251 millones de pesos.

La **utilidad bruta** incrementó 18.0% comparada con el 2T08, alcanzando 22,495 millones de pesos en el 2T09. El margen bruto disminuyó 30 puntos base, a 46.7% de los ingresos totales, comparado con el mismo periodo de 2008. La mejora en utilidad bruta de FEMSA Comercio compensó parcialmente la presión en costos de materias primas de Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza, así como la depreciación de las monedas locales aplicada a nuestros costos denominados en dólares.

Para el primer semestre del 2009, la utilidad bruta incrementó 17.6% ascendiendo a 41,633 millones de pesos. El margen bruto disminuyó 50 puntos base en comparación al mismo periodo del 2008, a 45.6% de los ingresos totales. De igual forma que para el segundo trimestre del 2009, la mejora en utilidad bruta en FEMSA Comercio compensó parcialmente la presión en costos de materias primas de Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza, así como la depreciación de las monedas locales aplicada a nuestros costos denominados en dólares.

La **utilidad de operación** en el 2T09 creció 16.1% comparada con el 2T08, alcanzando 6,787 millones de pesos en el 2T09 debido al crecimiento de doble dígito en Coca-Cola FEMSA y FEMSA Comercio. El margen de operación consolidado disminuyó 30 puntos base en comparación al 2T08, alcanzando 14.1% de los ingresos totales. La expansión de margen de operación y las iniciativas de contención de gastos en FEMSA Comercio compensaron la presión en el margen de operación en Coca-Cola FEMSA y la presión en el margen bruto en FEMSA Cerveza.

Para el primer semestre del 2009, la utilidad de operación incrementó 17.2% a 11,525 millones de pesos. El margen de operación consolidado al primer semestre representó 12.6% de los ingresos totales, una disminución de 20 puntos base en comparación a los niveles del 2008, debido a la presión en costos de materias primas, la cual fue casi totalmente compensada por el crecimiento robusto en ingresos totales, combinado con las iniciativas de contención de gastos.

La **utilidad neta** incrementó 6.7% comparada con el 2T08, a 3,730 millones de pesos en el 2T09, reflejando una mayor utilidad de operación la cual compensó por completo un incremento en el costo integral de financiamiento en el trimestre. Dicho incremento se debió a la depreciación de las monedas locales con respecto al US dólar, aplicada a nuestra posición pasiva, y a mayores gastos financieros. La tasa efectiva de impuestos fue 29.6% en el 2T09 comparada con 27.6% en el 2T08.

Para el primer semestre del 2009, a pesar del crecimiento en la utilidad de operación, la utilidad neta fue de 5,167 millones de pesos, un decrecimiento de 6.7% comparado con el mismo periodo del año anterior, debido principalmente a un mayor costo integral de financiamiento durante el periodo, descrito arriba.

La **utilidad neta mayoritaria** incrementó 0.3% comparada con el 2T08, resultando en 0.70 pesos por Unidad¹ FEMSA en el 2T09. La utilidad neta mayoritaria por cada ADS de FEMSA, fue de US\$ 0.53 en el trimestre. Para el primer semestre del 2009, la utilidad neta mayoritaria resultó en 0.91 pesos por Unidad¹ FEMSA (US\$ 0.69 por cada ADS de FEMSA).

¹ Las Unidades de FEMSA consisten en Unidades FEMSA BD y Unidades FEMSA B. Cada Unidad FEMSA BD está compuesta por una Acción Serie B, dos Acciones Serie D-B y dos Acciones Serie D-L. Cada Unidad FEMSA B está compuesta por cinco Acciones Serie B. El número de Unidades FEMSA en circulación al 30 de Junio del 2009 fue 3,578,226,270 equivalente al número total de acciones en circulación a la misma fecha, dividido entre 5.

La **inversión en activo fijo** en el 2T09 fue de 2,787 millones de pesos, un decremento de 2.1% comparado con el 2T08. La racionalización y reprogramación de algunas inversiones en FEMSA Cerveza, parcialmente contrarrestaron las inversiones de manufactura en Coca-Cola FEMSA, así como un mayor ritmo en la apertura de tiendas en FEMSA Comercio.

El **balance consolidado** al 30 de Junio de 2009, registró un saldo de efectivo de 17,702 millones de pesos (US\$ 1.344 billones), un incremento de 8,243 millones de pesos (US\$ 625.9 millones) comparado con el mismo periodo del 2008, reflejando el dinero en caja destinado para pagar ciertos certificados bursátiles de FEMSA en moneda local, así como el bono Yankee y otras deudas de Coca-Cola FEMSA, las cuales cumplieron su fecha de vencimiento a principios de Julio. La deuda a corto plazo fue de 13,052 millones de pesos (US\$ 991 millones) mientras la deuda a largo plazo fue de 35,637 millones de pesos (US\$ 2,706 millones). Nuestra deuda neta disminuyó 1,328 millones de pesos (US\$ 100.8 millones) a una deuda neta de 30,987 millones de pesos (US\$ 2,353 millones).

Consistente con lo que creemos es un enfoque conservador de FEMSA, al 30 de Junio de 2009, la razón de deuda neta a EBITDA² era de sólo 0.9 veces, mientras la mezcla de deuda denominada en dólares representó 17.5% del total y el 47.6% de nuestra deuda total estaba a tasa fija. En términos de nuestro perfil de deuda, tenemos aproximadamente 7,060 millones de pesos (US\$ 535 millones) en vencimientos en lo que resta del 2009, los cuales ya han sido refinanciados. A la fecha de este comunicado y como fue descrito en el párrafo anterior, FEMSA liquidó a principios de Julio vencimientos de deuda por 1,250 millones de pesos, mientras que Coca-Cola FEMSA liquidó US\$ 265 millones del bono Yankee y otras deudas por 500 millones de pesos. En 2010 y 2011, tenemos vencimientos de deuda menores y nuestro perfil de deuda se extiende hasta el 2017.

Como política en FEMSA seguimos una estrategia que consideramos conservadora en cuanto a las prácticas relacionadas con la posición de apalancamiento y buscamos mantener un nivel bajo en estas razones. Adicionalmente, administramos el riesgo a través del uso de instrumentos financieros derivados, por medio de los cuales pretendemos reducir la volatilidad e incertidumbre de los resultados operativos, al cubrir riesgos de tasa de interés, tipo de cambio y precio de algunas de las materias primas que requerimos.

Refrescos – Coca-Cola FEMSA

Los resultados financieros de Coca-Cola FEMSA y el análisis de éstos son incorporados por referencia al reporte trimestral de Coca-Cola FEMSA, el cual forma parte de los anexos de este comunicado o visite www.coca-colafemsa.com.

Cerveza – FEMSA Cerveza

El **volumen de ventas en México** en el 2T09 disminuyó 5.9% a 7.017 millones de hectolitros, durante el que creemos habrá sido el trimestre de mayor reto en el 2009 desde la perspectiva del entorno económico, particularmente afectando los centros maquiladores y manufactureros al norte del país y aunado por el brote de influenza H1N1. Sin embargo, el **precio por hectolitro en México** en el 2T09, registró un sólido incremento de 9.7% comparado con el 2T08 a 1,159.0 pesos, debido a los incrementos de precio implementados durante el segundo trimestre del 2009, adicional a los incrementos realizados a finales del 2008. Los **ingresos de cerveza en México** incrementaron 3.2% en comparación al 2T08.

Para el primer semestre del 2009, el volumen de ventas en México decreció 4.6% a 12.895 millones de hectolitros.

² La razón de deuda neta a EBITDA se calcula dividiendo la deuda neta al final del trimestre y el EBITDA de los últimos doce meses reportado en pesos mexicanos y convertidos a dólares utilizando el tipo de cambio de cierre de cada período.

El **volumen de ventas en Brasil** en el 2T09 decreció 8.4% a 2.070 millones de hectolitros, en comparación a un sólido crecimiento de volumen de 12.8% en el 2T08. El **precio por hectolitro en Brasil** calculado en pesos mexicanos incrementó 9.7% comparado con el 2T08 a 699.0 pesos. El precio por hectolitro en moneda local (reales) aumentó 8.0%, debido a los incrementos de precio implementados durante los últimos doce meses. Los **ingresos de cerveza en Brasil** incrementaron 0.5% en comparación al 2T08.

Para el primer semestre del 2009, el volumen de ventas en Brasil disminuyó 3.1% a 4.522 millones de hectolitros.

El **volumen de ventas de exportación** aumentó 2.4% comparado con el 2T08, a 1.034 millones de hectolitros en el 2T09, a pesar de un entorno económico complejo en los mercados de exportación. Este incremento es resultado principalmente del desempeño de *Dos Equis* en Estados Unidos. El **precio por hectolitro de exportación** en pesos incrementó 33.5% a 1,304.8 pesos en el 2T09 comparado con el mismo periodo del año anterior, reflejando la depreciación del peso mexicano con respecto al dólar. El precio por hectolitro en dólares incremento 3.7% en el trimestre debido principalmente a los incrementos de precio moderados implementados para la marca *Tecate*, así como el efecto favorable debido al cambio en la mezcla de productos, de *Tecate* a *Dos Equis*, la cual tiene un precio mayor. Los **ingresos de cerveza de exportación** incrementaron 36.7% en comparación al 2T08.

Para el primer semestre del 2009, el volumen de ventas de exportación incrementó 2.3% a 1.820 millones de hectolitros.

Los **ingresos totales** incrementaron 6.7% comparados con el 2T08, alcanzando 11,880 millones de pesos en el 2T09, resultado de mejores precios promedio por hectolitro en todas nuestras operaciones. Los ingresos de cerveza en México representaron 74.4% de los ingresos totales de cerveza, mientras Brasil y exportación fueron 13.2% y 12.3%, respectivamente.

Para el primer semestre del 2009, los ingresos totales incrementaron 8.3% ascendiendo a 21,934 millones de pesos, resultado de un incremento de 7.7% en los ingresos totales de cerveza debido a mejores precios promedio por hectolitro en moneda local en todas nuestras operaciones. Las ventas de cerveza en México representaron 72.3% de las ventas totales de cerveza, menor al 75.5% el mismo periodo del año anterior. Las ventas de cerveza en Brasil representaron 15.5% de las ventas totales de cerveza, por encima del 15.1% durante el mismo periodo del 2008. Las ventas de cerveza de exportación representaron 12.2% de las ventas totales de cerveza, por encima del 9.4% durante el mismo periodo del 2008.

El **costo de ventas** fue de 5,525 millones de pesos en el 2T09, un incremento de 12.1% comparado con el 2T08, superior al 6.7% de incremento en ingresos. El costo por hectolitro aumentó 18.8% en comparación al 2T08, manteniendo la tendencia secuencial del trimestre anterior, debido al incremento anual en costos de materias primas en todas las regiones, particularmente en granos y en menor medida en aluminio, así como la continua presión del efecto de la depreciación del peso mexicano y el real brasileño frente al dólar de aproximadamente 28% y 23%, respectivamente, aplicada a la porción no cubierta de nuestros costos denominados en dólares. La utilidad bruta incrementó 2.4% comparado con el 2T08 a 6,355 millones de pesos en el 2T09, mientras el margen bruto decreció 220 puntos base en comparación al mismo periodo del 2008, de 55.7% en el 2T08 a 53.5% en el 2T09, resultado del mencionado incremento en costos.

Para el primer semestre del 2009, el costo de ventas incrementó 15.4% ascendiendo a 10,632 millones de pesos. El margen bruto para el primer semestre del 2009 fue de 51.5%, una disminución de 300 puntos base comparado con el mismo periodo de 2008, resultado del incremento en costos.

La **utilidad de operación** decreció 0.7% comparada con el 2T08, a 1,740 millones de pesos en el 2T09. Los esfuerzos de racionalización y contención en los gastos de ventas en México y Brasil ayudaron a compensar las presiones en el margen bruto descritas anteriormente, así como el efecto de la depreciación del peso frente al dólar, aplicada a mayores gastos de publicidad en nuestro negocio de exportación en Estados Unidos, además de las presiones en el margen bruto descritas anteriormente. Los gastos de operación incrementaron solo 3.6%, aproximadamente la mitad del incremento en ingresos totales y continuando con la tendencia del 1T09, dando como resultado una disminución de 110 puntos base en el margen de operación, la mitad de la contracción registrada en el margen bruto.

Para el primer semestre del 2009, la utilidad de operación incrementó 3.4% ascendiendo a 2,508 millones de pesos, alcanzando 11.4% de los ingresos totales, una disminución de 60 puntos base respecto al mismo periodo del 2008.

FEMSA Comercio

Los **ingresos totales** incrementaron 13.3% comparados con el 2T08, ascendiendo a 13,554 millones de pesos en el 2T09, debido principalmente a la apertura neta de 269 tiendas durante el trimestre, para un total de aperturas de 960 tiendas en los últimos doce meses. Al 30 de junio de 2009, el número de nuestras tiendas de conveniencia en México fue de 6,811, en línea para cumplir con el objetivo del año. Las ventas-mismas-tiendas incrementaron 0.5% comparadas con el 2T08, reflejando un incremento de 5.5% en el tráfico que contrarrestó la disminución en el ticket promedio de 4.6%. La disminución refleja el efecto visto en el 2008 y el 1T09 en la dinámica de las ventas-mismas-tiendas, ticket y tráfico promedio por tienda, que muestra el cambio en la introducción del servicio de venta de tiempo aire electrónico a consumidores de telefonía móvil, por el cual sólo es registrado el margen en lugar del monto completo de la recarga de tiempo aire. Sin embargo, en una base comparable excluyendo dicho cambio, el ticket promedio hubiera registrado un crecimiento de un dígito bajo en el 2T09.

Para el primer semestre del 2009, los ingresos totales incrementaron 11.9% alcanzando 25,355 millones de pesos. Las ventas-mismas-tiendas en promedio disminuyeron 0.6%, reflejando el cambio de tarjetas telefónicas prepagadas a la venta de tiempo aire electrónico, descrito arriba.

La **utilidad bruta** incrementó 19.7% en el 2T09 comparado con el 2T08, resultando en una mejora de 170 puntos base en el margen bruto, alcanzando 31.9% como porcentaje de los ingresos totales. Como en trimestres anteriores, esta mejora refleja el cambio a venta electrónica de tiempo aire descrito anteriormente, así como a una colaboración y ejecución más efectiva con nuestros proveedores claves. Para el primer semestre del 2009, el margen bruto creció 220 puntos base a 31.1% de los ingresos totales.

La **utilidad de operación** incrementó 40.9% comparada con el 2T08, a 1,088 millones de pesos en el 2T09. Los gastos de operación en el 2T09 fueron 3,233 millones de pesos, un incremento de 14.0% debido principalmente al crecimiento en el número de tiendas y a las iniciativas de contención de gastos a nivel de tienda. El margen de operación aumentó 150 puntos base sobre el 2T08, a 8.0% de los ingresos totales.

Para el primer semestre del 2009, la utilidad de operación incrementó 37.3% ascendiendo a 1,569 millones de pesos, resultando en un margen de operación de 6.2% de los ingresos totales, un incremento de 120 puntos base comparado con el mismo periodo de 2008.

INFORMACIÓN PARA LA CONFERENCIA TELEFÓNICA:

Nuestra Conferencia Telefónica del Segundo Trimestre del 2009 se llevará a cabo el martes 28 de julio del 2009 a las 10:00 A.M. Tiempo de México (11:00 A.M. Tiempo de Nueva York). Para participar en la conferencia, por favor marque (1-913) 981-5522 o desde Estados Unidos (1-866) 293-8968. Adicionalmente, el audio de la conferencia será transmitido en vivo por Internet, para tener acceso visite www.femsa.com/inversionista

En caso de no poder participar en las opciones anteriores, la grabación de la conferencia estará disponible en <http://ir.femsa.com/mx/results.cfm>

Somos una empresa tenedora, cuyas principales actividades están agrupadas bajo las siguientes compañías subtenedoras y llevadas a cabo por sus respectivas subsidiarias operativas: Coca-Cola FEMSA, S.A.B de C.V. ("Coca-Cola FEMSA"), la cual se dedica a la producción, distribución y venta de bebidas sin alcohol; FEMSA Cerveza, S.A. de C.V. ("FEMSA Cerveza"), la cual se dedica a la producción, distribución, y venta de cerveza y bebidas alcohólicas con sabor; y FEMSA Comercio, S.A. de C.V. ("FEMSA Comercio"), la cual opera tiendas de conveniencia.

La conversión de pesos mexicanos a dólares americanos se incluye sólo para conveniencia del lector, usando el tipo de cambio de mediodía a la compra publicado por el Banco de la Reserva Federal de Nueva York, el cual al 30 de junio de 2009 fue de 13.17 pesos por dólar.

DECLARACIONES SOBRE EXPECTATIVAS

Este reporte puede contener ciertas declaraciones sobre expectativas con respecto al futuro desempeño de FEMSA y deben ser consideradas como estimaciones de buena fe hechas por la Compañía. Estas declaraciones sobre expectativas, reflejan opiniones de la administración basadas en información actualmente disponible. Los resultados reales están sujetos a eventos futuros e inciertos, los cuales podrían tener un impacto material sobre el desempeño real de la Compañía.

Como anexos presentamos seis páginas de tablas y Comunicado de Prensa de Coca-Cola FEMSA

FEMSA
Estado de Resultados Consolidado
Millones de pesos
Por el segundo trimestre de:

	Por el segundo trimestre de:					Por los seis meses de:				
	2009 ^(A)	% Integral	2008 ^(A)	% Integral	% Crecimiento	2009 ^(A)	% Integral	2008 ^(A)	% Integral	% Crecimiento
Ingresos Totales	48,179	100.0	40,564	100.0	18.8	91,251	100.0	76,852	100.0	18.7
Costo de ventas	25,684	53.3	21,497	53.0	19.5	49,618	54.4	41,442	53.9	19.7
Utilidad bruta	22,495	46.7	19,067	47.0	18.0	41,633	45.6	35,410	46.1	17.6
Gastos de administración	2,773	5.8	2,315	5.7	19.8	5,133	5.6	4,555	5.9	12.7
Gastos de venta	12,935	26.8	10,905	26.9	18.6	24,975	27.4	21,021	27.4	18.8
Gastos de operación	15,708	32.6	13,220	32.6	18.8	30,108	33.0	25,576	33.3	17.7
Resultado de operación	6,787	14.1	5,847	14.4	16.1	11,525	12.6	9,834	12.8	17.2
Otros gastos	(657)		(535)		22.7	(1,181)		(856)		38.0
Gasto financiero	(1,316)		(1,240)		6.1	(2,793)		(2,433)		14.8
Producto financiero	116		199		(41.8)	230		377		(38.9)
Gasto financiero, neto	(1,200)		(1,041)		15.3	(2,563)		(2,056)		24.7
Fluctuación cambiaria	89		558		(84.1)	(346)		669		N.S.
Ganancia / (Pérdida) por posición monetaria	108		147		(26.5)	193		258		(25.3)
Ganancia / (Pérdida) en instrumentos financieros derivados ⁽⁶⁾	175		(152)		N.S.	(22)		(29)		(22.4)
Costo integral de financiamiento	(828)		(488)		69.7	(2,738)		(1,158)		N.S.
Utilidad antes de ISR	5,302		4,824		9.9	7,606		7,820		(2.7)
ISR	(1,572)		(1,330)		18.2	(2,439)		(2,285)		6.8
Utilidad neta consolidada	3,730		3,494		6.7	5,167		5,535		(6.7)
Utilidad mayoritaria	2,505		2,496		0.3	3,254		3,791		(14.2)
Utilidad minoritaria	1,225		998		22.8	1,913		1,744		9.7

^(A) Cifras expresadas en pesos corrientes de cada año.

EBITDA y CAPEX

Resultado de operación	6,787	14.1	5,847	14.4	16.1	11,525	12.6	9,834	12.8	17.2
Depreciación	1,408	2.9	1,195	2.9	17.8	2,777	3.0	2,362	3.1	17.6
Amortización y otros ⁽⁵⁾	1,033	2.2	981	2.5	5.3	2,194	2.5	1,972	2.5	11.3
EBITDA	9,228	19.2	8,023	19.8	15.0	16,496	18.1	14,168	18.4	16.4
Inversión en activo fijo	2,787		2,846		(2.1)	5,010		4,817		4.0

RAZONES FINANCIERAS

	2009	2008	Var. p.p.
Liquidez ⁽¹⁾	1.04	1.10	(0.06)
Cobertura de intereses ⁽²⁾	7.69	7.71	(0.02)
Apalancamiento ⁽³⁾	0.92	0.82	0.10
Capitalización ⁽⁴⁾	35.24%	32.40%	2.84

⁽¹⁾ Total activo circulante / total pasivo circulante.

⁽²⁾ Ut operación + depreciación + amortización y otros / gastos financieros, neto.

⁽³⁾ Total pasivos / total capital contable.

⁽⁴⁾ Deuda total / préstamos bancarios L.P. + capital contable

Deuda total = préstamos bancarios C.P. + vencimientos del pasivo L.P. a C.P. + préstamos bancarios L.P.

⁽⁵⁾ Incluye cargo virtual por rotura de Botella Retornable

⁽⁶⁾ Incluye únicamente aquellos instrumentos derivados que no cumplen con el criterio contable de cobertura

FEMSA
Balance General Consolidado
Al 30 de Junio del:
Millones de pesos

ACTIVOS	2009 ^(A)	2008 ^(A)	% Crecimiento
Efectivo y valores de realización inmediata	17,702	9,459	87.1
Cuentas por cobrar	8,911	8,887	0.3
Inventarios	13,400	11,554	16.0
Pagos anticipados y otros	6,353	4,990	27.3
Total activo circulante	46,366	34,890	32.9
Propiedad, planta y equipo, neto	66,496	59,576	11.6
Activos intangibles ⁽¹⁾	67,763	62,698	8.1
Otros activos	15,816	14,521	8.9
TOTAL ACTIVOS	196,441	171,685	14.4
PASIVOS Y CAPITAL CONTABLE			
Préstamos bancarios C.P.	3,538	2,492	42.0
Vencimientos del pasivo L.P. a C.P.	9,514	4,662	N.S.
Intereses por pagar	346	406	(14.8)
Pasivo de operación	31,243	24,073	29.8
Total pasivo circulante	44,641	31,633	41.1
Préstamos Bancarios ⁽²⁾	35,637	34,620	2.9
Obligaciones laborales	3,125	2,495	25.3
Otros pasivos	10,516	8,624	21.9
Total pasivos	93,919	77,372	21.4
Total capital contable	102,522	94,313	8.7
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	196,441	171,685	14.4

^(A) Cifras expresadas a pesos corrientes de cada año.

⁽¹⁾ Incluye los activos intangibles generados por las adquisiciones.

⁽²⁾ Incluye efecto de derivados de tipo de cambio y tasa de interés relacionados con el nocional de los pasivos bancarios

Mezcla de monedas y tasas	Junio 30, 2009		
	Ps.	% Integral	Tasa Promedio
Contratado en:			
Pesos mexicanos	36,936	75.9%	8.2%
Dólares	8,511	17.5%	4.2%
Pesos Colombianos	1,936	4.0%	11.2%
Pesos Argentinos	1,137	2.3%	23.0%
Bolívares	169	0.3%	19.0%
Deuda total	48,689	100.0%	8.2%
<hr/>			
Tasa fija ⁽¹⁾	23,176	47.6%	
Tasa variable ⁽¹⁾	25,513	52.4%	

% de la Deuda total	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015+
Vencimientos de la deuda	14.5%	16.4%	15.0%	24.4%	16.0%	2.9%	10.8%

⁽¹⁾ Incluye el efecto de los swaps de tasa de interés.

Coca-Cola FEMSA
Resultados de Operación
Millones de pesos
Por el segundo trimestre de:

	Por el segundo trimestre de:					Por los seis meses de:				
	2009 ^(A)	% Integral	2008 ^(A)	% Integral	% Crecimiento	2009 ^(A)	% Integral	2008 ^(A)	% Integral	% Crecimiento
Ingresos totales	24,184	100.0	18,544	100.0	30.4	46,339	100.0	35,864	100.0	29.2
Costo de ventas	12,757	52.7	9,598	51.8	32.9	24,631	53.2	18,625	51.9	32.2
Utilidad bruta	11,427	47.3	8,946	48.2	27.7	21,708	46.8	17,239	48.1	25.9
Gastos administración	1,344	5.6	948	5.1	41.8	2,385	5.1	1,862	5.2	28.1
Gastos venta	6,406	26.5	4,829	26.0	32.7	12,384	26.7	9,385	26.2	32.0
Gastos operación	7,750	32.1	5,777	31.1	34.2	14,769	31.8	11,247	31.4	31.3
Resultado de operación	3,677	15.2	3,169	17.1	16.0	6,939	15.0	5,992	16.7	15.8
Depreciación	717	3.0	580	3.1	23.6	1,414	3.1	1,143	3.2	23.7
Amortización y otros	155	0.6	170	0.9	(8.8)	411	0.8	361	1.0	13.9
EBITDA	4,549	18.8	3,919	21.1	16.1	8,764	18.9	7,496	20.9	16.9
Inversión en activo fijo	1,041		663		57.0	1,743		1,184		47.2

^(A) Cifras expresadas en pesos corrientes de cada año.

Volumen de ventas

(Millones de cajas unidad)

	2009	% Integral	2008	% Integral	% Crecimiento	2009	% Integral	2008	% Integral	% Crecimiento
México	329.2	54.2	308.9	55.9	6.6	601.6	51.8	573.0	53.5	5.0
Latinoamérica	142.4	23.5	129.5	23.4	10.0	275.1	23.7	259.7	24.3	5.9
Mercosur	135.4	22.3	114.5	20.7	18.3	284.5	24.5	237.9	22.2	19.6
Total	607.0	100.0	552.9	100.0	9.8	1,161.2	100.0	1,070.6	100.0	8.5

FEMSA Cerveza
Resultados de Operación
Millones de pesos
Por el segundo trimestre de:

	Por el segundo trimestre de:					Por los seis meses de:				
	2009 ^(A)	% Integral	2008 ^(A)	% Integral	% Crecimiento	2009 ^(A)	% Integral	2008 ^(A)	% Integral	% Crecimiento
Ventas:										
México	8,133	68.5	7,878	70.7	3.2	14,510	66.2	14,070	69.5	3.1
Brasil	1,447	12.2	1,440	12.9	0.5	3,108	14.2	2,818	13.9	10.3
Exportación	1,349	11.3	987	8.9	36.7	2,447	11.1	1,751	8.7	39.7
Ventas de cerveza	10,929	92.0	10,305	92.5	6.1	20,065	91.5	18,639	92.1	7.7
Otros ingresos de operación	951	8.0	830	7.5	14.6	1,869	8.5	1,607	7.9	16.3
Ingresos totales	11,880	100.0	11,135	100.0	6.7	21,934	100.0	20,246	100.0	8.3
Costo de ventas	5,525	46.5	4,929	44.3	12.1	10,632	48.5	9,217	45.5	15.4
Utilidad bruta	6,355	53.5	6,206	55.7	2.4	11,302	51.5	11,029	54.5	2.5
Gastos de administración	1,083	9.1	1,040	9.3	4.1	2,051	9.4	2,038	10.1	0.6
Gastos de venta	3,532	29.8	3,414	30.7	3.5	6,743	30.7	6,566	32.4	2.7
Gastos de operación	4,615	38.9	4,454	40.0	3.6	8,794	40.1	8,604	42.5	2.2
Resultado de operación	1,740	14.6	1,752	15.7	(0.7)	2,508	11.4	2,425	12.0	3.4
Depreciación	466	3.9	422	3.8	10.4	922	4.2	838	4.1	10.0
Amortización y otros	721	6.1	674	6.1	7.0	1,466	6.7	1,334	6.6	9.9
EBITDA	2,927	24.6	2,848	25.6	2.8	4,896	22.3	4,597	22.7	6.5
Inversión en activo fijo	1,034		1,519		(31.9)	2,071		2,579		(19.7)

^(A) Cifras expresadas en pesos corrientes de cada año.

Volumen de ventas
(Miles de hectolitros)

México	7,017.0	69.3	7,455.9	69.5	(5.9)	12,894.7	67.0	13,518.0	67.7	(4.6)
Brasil	2,070.2	20.5	2,259.3	21.1	(8.4)	4,521.6	23.5	4,665.0	23.4	(3.1)
Exportación	1,033.9	10.2	1,009.5	9.4	2.4	1,819.9	9.5	1,778.3	8.9	2.3
Total	10,121.1	100.0	10,724.7	100.0	(5.6)	19,236.2	100.0	19,961.3	100.0	(3.6)

Precio por hectolitro en Peso Mexicanos

México	1,159.0		1,056.6		9.7	1,125.3		1,040.8		8.1
Brasil	699.0		637.4		9.7	687.4		604.1		13.8
Exportación	1,304.8		977.7		33.5	1,344.6		984.6		36.6
Total	1,079.8		960.9		12.4	1,043.1		933.8		11.7

Precio por hectolitro en moneda local

Brasil (Reales)	108.8		100.8		8.0	109.0		96.4		13.1
Exportación (USD)	97.2		93.7		3.7	96.9		93.0		4.2

FEMSA Comercio
Resultados de Operación
Millones de pesos
Por el segundo trimestre de:

	Por el segundo trimestre de:					Por los seis meses de:				
	2009 ^(A)	% Integral	2008 ^(A)	% Integral	% Crecimiento	2009 ^(A)	% Integral	2008 ^(A)	% Integral	% Crecimiento
Ingresos totales	13,554	100.0	11,968	100.0	13.3	25,355	100.0	22,655	100.0	11.9
Costo de ventas	9,233	68.1	8,359	69.8	10.5	17,479	68.9	16,099	71.1	8.6
Utilidad bruta	4,321	31.9	3,609	30.2	19.7	7,876	31.1	6,556	28.9	20.1
Gastos de administración	226	1.7	212	1.8	6.6	451	1.8	416	1.8	8.4
Gastos de venta	3,007	22.2	2,625	21.9	14.6	5,856	23.1	4,997	22.1	17.2
Gastos de operación	3,233	23.9	2,837	23.7	14.0	6,307	24.9	5,413	23.9	16.5
Resultado de operación	1,088	8.0	772	6.5	40.9	1,569	6.2	1,143	5.0	37.3
Depreciación	205	1.5	162	1.4	26.5	400	1.6	319	1.4	25.4
Amortización y otros	127	1.0	107	0.8	18.7	254	1.0	219	1.0	16.0
EBITDA	1,420	10.5	1,041	8.7	36.4	2,223	8.8	1,681	7.4	32.2
Inversión en activo fijo	675		630		7.1	1,172		998		17.4

^(A) Cifras expresadas en pesos corrientes de cada año.

Información de Tiendas de Conveniencia

Tiendas totales				6,811	5,851	16.4
Tiendas nuevas	269		215	960	754	27.3
Mismas tiendas: ⁽¹⁾						
Ventas (miles de pesos)	646.6		643.4	615.1	618.6	(0.6)
Tráfico	26.1		24.7	24.3	23.4	4.0
Ticket	24.8		26.0	25.3	26.4	(4.2)

⁽¹⁾ Información promedio mensual por tienda, considerando las mismas tiendas con al menos 13 meses en operación.

FEMSA
 Información Macroeconómica

	Inflación			Tipo de Cambio			
	2Q 2009	Junio 08 - Junio-09	Diciembre 08 - Junio-09	Jun-09		Jun-08	
				Por USD	Por Peso	Por USD	Por Peso
México	0.24%	5.74%	1.27%	13.20	1.0000	10.28	1.0000
Colombia	0.27%	3.81%	2.22%	2,158.67	0.0061	1,923.02	0.0053
Venezuela	5.71%	26.08%	10.86%	2.15	6.1406	2.15	4.7833
Brasil	1.58%	4.94%	2.75%	1.95	6.7649	1.59	6.4603
Argentina	1.09%	5.27%	2.72%	3.80	3.4770	3.03	3.3997

Información de la Acción

Bolsa Mexicana de Valores
Clave de Cotización: KOFL

NYSE (ADR)
Clave de Cotización: KOF

Razón de KOF L a KOF = 10:1



Para mayor información:

Relaciones con Inversionistas

Alfredo Fernández
alfredo.fernandez@kof.com.mx
(5255) 5081-5120 / 5121

Gonzalo García
gonzalojose.garciaa@kof.com.mx
(5255) 5081-5148

Roland Karig
roland.karig@kof.com.mx
(5255) 5081-5186

Website:
www.coca-colafemsa.com



2009 RESULTADOS DEL SEGUNDO TRIMESTRE Y LOS PRIMEROS SEIS MESES

	Segundo Trimestre			ACUM		
	2009	2008	Δ%	2009	2008	Δ%
Ingresos Totales	24,184	18,544	30.4%	46,339	35,864	29.2%
Utilidad Bruta	11,427	8,946	27.7%	21,708	17,239	25.9%
Utilidad de Operación	3,677	3,169	16.0%	6,939	5,992	15.8%
Utilidad Neta Mayoritaria	2,161	1,844	17.2%	3,499	3,444	1.6%
Flujo Operativo ⁽¹⁾	4,549	3,919	16.1%	8,764	7,496	16.9%
Deuda Neta ⁽²⁾	9,418	12,382	-23.9%			
Flujo Operativo/ Gasto Financiero, neto (U12M)	10.00	9.91				
Flujo Operativo/ Gasto Financiero (U12M)	8.72	7.18				
Utilidad Neta Mayoritaria por Acción (U12M)	3.03	3.96				
Capitalización ⁽³⁾	28.8%	26.5%				

Expresado en millones de pesos mexicanos.

⁽¹⁾ Flujo Operativo = Utilidad de operación + Depreciación + Amortización y otros cargos virtuales de operación

Ver tabla de reconciliación en página 9.

⁽²⁾ Deuda Neta = Deuda total - Caja

⁽³⁾ Deuda total / (Deuda largo-plazo + Capital social)

- Los ingresos totales alcanzaron Ps. 24,184 millones en el segundo trimestre de 2009, representando un incremento de 30.4% en relación al mismo periodo del año anterior; los ingresos incrementales de las adquisiciones hechas en 2008 y 2009 contribuyeron aproximadamente 20% del crecimiento.
- La utilidad de operación consolidada creció 16.0% alcanzando Ps. 3,677 millones para el segundo trimestre de 2009 principalmente como resultado de crecimientos de utilidad de operación de doble dígito en nuestras divisiones de Latincentro y Mercosur. Nuestro margen operativo fue de 15.2% en el segundo trimestre de 2009.
- La utilidad neta mayoritaria creció 17.2% a Ps. 2,161 millones en el segundo trimestre del año 2009, reflejando principalmente una mayor utilidad de operación, resultando en una utilidad por acción de Ps. 1.17 para el periodo.

Ciudad de México (24 de Julio, 2009), Coca-Cola FEMSA, S.A.B. de C.V. (BMV: KOFL, NYSE: KOF) (“Coca-Cola FEMSA” o la “Compañía”), el embotellador más grande de productos Coca-Cola de Latinoamérica y el segundo más grande del mundo en términos de volumen de ventas, anunció hoy sus resultados consolidados para el segundo trimestre 2009.

“En medio de un entorno difícil nuestra Compañía continuó mostrando resultados sólidos para el trimestre, creciendo los ingresos, la utilidad operativa y EBITDA en 30%, 16%, y 16% respectivamente. Entre otros factores, nos beneficiamos del crecimiento de la categoría de refrescos, especialmente en México; la consolidación del territorio de REMIL en Brasil; y el sólido desempeño de la línea de bebidas a base de jugo de Jugos del Valle en nuestras operaciones además de nuestra habilidad para mejorar la arquitectura de precios. Nuestro portafolio de productos continúa desempeñándose de manera exitosa por encima de las condiciones macroeconómicas en nuestras operaciones, demostrando ser muy defensivo. Además, desde el 1 de Junio de 2009, tomamos las funciones de venta y distribución del negocio de agua embotellada Brisa en Colombia. Más aún, creemos que nuestra Compañía se encuentra en una posición financiera muy sólida, ejemplificado por el pago de los vencimientos de deuda en el mes de Julio—US\$ 265 millones de un bono yankee y Ps. 500 millones de nuestro programa de certificados bursátiles.” comentó Carlos Salazar Lomelín, Director General de la Compañía.

RESULTADOS CONSOLIDADOS

Nuestros ingresos totales crecieron 30.4% a Ps. 24,184 millones en el segundo trimestre de 2009, comparados con el segundo trimestre de 2008, como resultado del crecimiento en ingresos en todas nuestras divisiones. El crecimiento de los ingresos fue impulsado por (i) crecimiento orgánico, como resultado de incrementos de precio y volumen, que aportaron más del 50% de los ingresos incrementales, (ii) un efecto positivo de conversión de moneda que representó menos del 30% de los ingresos incrementales y (iii) la consolidación de Refrigerantes Minas Gerais, Ltda. (“REMIL”) en Brasil y Brisa en Colombia que contribuyeron aproximadamente con el 20% del crecimiento durante el trimestre, representando el balance. Excluyendo el efecto cambiario positivo y la consolidación de REMIL y Brisa, los ingresos totales hubiesen crecido más del 16%.

El volumen total de ventas se incrementó 9.8% a 607.0 millones de cajas unidad en el segundo trimestre de 2009, comparado con el mismo periodo en 2008. Excluyendo REMIL, el volumen total de ventas creció 6.8%, principalmente debido a volumen incremental de la categoría de refrescos en todas nuestras divisiones, representando cerca del 40% del volumen incremental. El volumen de las bebidas no carbonatadas creció cerca de 100%, primordialmente impulsado por los volúmenes de la marca *Jugos del Valle* en las divisiones de México y Latincentro, aportando aproximadamente el 40% del volumen incremental. El agua embotellada creció cerca de 10%, principalmente derivado de la consolidación del negocio de Agua de Los Ángeles en México y Brisa en Colombia, representando el balance.

Nuestra utilidad bruta creció 27.7% a Ps. 11,427 millones en el segundo trimestre de 2009, comparada con el segundo trimestre de 2008. El costo de ventas se incrementó 32.9% principalmente como resultado de (i) un mayor costo de edulcorantes año-contra-año, (ii) la devaluación de las monedas locales en nuestras principales operaciones aplicada a nuestro costo de materia prima denominada en US Dólares y (iii) la integración de REMIL; que se vieron parcialmente compensados por menores costos de resina. El margen bruto alcanzó 47.3% en el segundo trimestre de 2009 comparado con un margen bruto de 48.2% en el mismo periodo del año 2008.

Nuestra utilidad de operación consolidada creció 16.0% a Ps. 3,677 millones en el segundo trimestre de 2009, principalmente debido a tasas de crecimiento de doble dígito en utilidad de operación en nuestras divisiones de Latincentro y Mercosur. Nuestro margen de operación fue de 15.2% en el segundo trimestre de 2009, un decremento de 190 puntos base, como consecuencia de mayores gastos operativos y costo de ventas que fueron parcialmente compensados por el crecimiento de ingresos.

Durante el segundo trimestre de 2009, se registraron otros gastos por un total de Ps. 453 millones. Estos gastos están relacionados, en su mayoría, con la pérdida en venta de algunos activos fijos y la participación de utilidades de los empleados registrada en la línea de otros gastos, de acuerdo con las Normas de Información Financiera aplicables en México.

Nuestro resultado integral de financiamiento en el segundo trimestre de 2009 refleja una ganancia de Ps. 23 millones, en comparación a una pérdida de Ps. 51 millones en el mismo periodo de 2008, principalmente debido a menores gastos financieros netos resultado de una deuda neta menor.

Durante el segundo trimestre del 2009, la tasa efectiva de impuestos, como porcentaje de la utilidad antes de impuestos, fue de 29.9% en comparación con 28.3% en el mismo periodo del 2008.

Nuestra utilidad neta mayoritaria consolidada se incrementó 17.2% a Ps. 2,161 millones en el segundo trimestre de 2009, comparada con el segundo trimestre de 2008, reflejando principalmente una mayor utilidad de operación. La utilidad neta por acción (“UPA”) fue de Ps. 1.17 (Ps. 11.70 por ADR) calculada sobre una base de 1,846.5 millones de acciones en circulación (cada ADR representa 10 acciones locales).

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO

Al 30 de Junio de 2009, nuestro saldo en caja fue de Ps. 11,364 millones, incluyendo US\$ 458 millones denominados en US Dólares, un incremento de Ps. 5,172 millones, comparado con el 31 de Diciembre de 2008, como resultado del flujo de efectivo generado por nuestras operaciones y los financiamientos tomados durante la primera mitad del año.

La deuda bancaria a corto plazo fue de Ps. 10,130 millones mientras que la deuda a largo plazo fue de Ps. 10,652 millones. La deuda total se incrementó en Ps. 2,208 millones en comparación con el cierre de 2008, principalmente como resultado de la colocación de un certificado bursátil por Ps. 2,000 millones a un plazo de 13 meses, en Enero 2009. La deuda neta disminuyó Ps. 2,964 millones comparada con el cierre de 2008, principalmente como resultado del flujo de efectivo generado durante la primera mitad del año. Nuestro balance total de deuda incluye deuda denominada en US Dólares por una cantidad de US\$ 642 millones ⁽¹⁾.

El costo promedio ponderado de la deuda durante el segundo trimestre fue de 7.1%. Las siguientes tablas muestran la composición de la deuda de la Compañía por moneda, tipo de tasa de interés y año de vencimiento, al 30 de Junio de 2009:

Moneda	% Deuda Total ⁽¹⁾	% Tasa Interés Variable ⁽¹⁾⁽²⁾
Pesos Mexicanos	44.3%	46.4%
U.S. Dólares	40.1%	38.6%
Pesos Colombianos	9.3%	100.0%
Bolívares Venezolanos	0.8%	0.0%
Pesos Argentinos	5.5%	29.3%

⁽¹⁾ Después de dar efecto a los swaps de tipo de cambio y swaps de tasa de interés.

⁽²⁾ Calculado sobre la ponderación de la mezcla de deuda remanente para cada año.

Perfil de Vencimiento de Deuda

Vencimiento	2009	2010	2011	2012	2013	2014 +
% de deuda total	27.3%	22.1%	0.3%	18.9%	11.1%	20.3%

El 1 y 10 de Julio de 2009 liquidamos, utilizando efectivo generado por nuestras operaciones, los vencimientos del bono yankee por US\$ 265 millones y de un certificado bursátil por Ps. 500 millones, respectivamente.

Estado de Flujo de Efectivo Consolidado

Expresado en millones de pesos mexicanos (Ps.) al 30 de Junio de 2009

	Jun-09
	Ps.
Utilidad antes de impuestos	5,239
Cargos virtuales	3,073
	8,312
Cambios en el capital de trabajo	(254)
Recursos netos generados por la operación	8,058
Recursos netos utilizados en actividades de inversión	(2,375)
Incremento en Deuda	2,457
Otros	(2,793)
Incremento neto en efectivo	5,347
Efectivo al inicio del periodo	6,192
Efecto de conversión	(175)
Efectivo al final del período	11,364

La diferencia entre el incremento de la deuda en el balance general consolidado y el incremento en la deuda en términos nominales presentada en el flujo de efectivo está relacionada con el impacto del tipo de cambio, que se presenta por separado como parte del efecto de conversión, de acuerdo a las Normas de Información Financieras aplicables en México.

RESULTADOS DE LA DIVISIÓN MÉXICO

Ingresos

Los ingresos totales en la división México crecieron 7.8% a Ps. 9,749 millones en el segundo trimestre de 2009, en comparación con el mismo periodo del año anterior. El crecimiento de volumen generó cerca del 90% de los ingresos incrementales durante el trimestre. El precio promedio por caja unidad alcanzó Ps. 29.42, un incremento de 0.7% en comparación con el mismo periodo del año 2008, reflejando un mayor precio promedio por caja unidad de la categoría de refrescos de cola que fue parcialmente compensado por menores precios promedio por caja unidad en refrescos de sabores. Excluyendo el volumen de agua *Ciel* y *Agua De Los Angeles* en presentaciones mayores o iguales a 5 litros, el precio promedio por caja unidad fue de Ps. 34.67, un incremento de 1.0% en comparación con el segundo trimestre de 2008.

El volumen total de ventas creció 6.6% a 329.2 millones de cajas unidad en el segundo trimestre de 2009, en comparación con el mismo periodo de 2008, como resultado de (i) un crecimiento de volumen de 2.9% en la categoría de refrescos, apoyado por volúmenes incrementales de la marca *Coca-Cola* en presentaciones familiares que compensaron una caída del volumen de refrescos de sabores, (ii) volúmenes incrementales de la categoría de bebidas no carbonatadas, creciendo más de dos veces, impulsada por la línea de productos de Jugos del Valle y (iii) un incremento de casi 7% en el volumen del negocio de agua embotellada.

Utilidad de Operación

Nuestra utilidad bruta creció 5.0% a Ps. 4,888 millones en el segundo trimestre de 2009, en comparación con el mismo periodo del año anterior. El costo de ventas se incrementó 10.7% como resultado de (i) la tercera y última etapa del incremento anual en los precios de concentrado de The Coca-Cola Company anunciado en 2006, (ii) mayor costo de edulcorantes y (iii) la devaluación del Peso mexicano aplicada al costo de materia prima denominada en US Dólares; que fueron parcialmente compensados por un menor costo de resina año-contra-año. El margen bruto se redujo de 51.5% en el segundo trimestre de 2008 a 50.1% en el mismo trimestre del año 2009.

La utilidad de operación creció 2.4% a Ps. 1,902 millones en el segundo trimestre del año 2009, comparada con Ps. 1,858 millones en el mismo periodo del año 2008. Nuestro margen de operación fue de 19.5% en el segundo trimestre de 2009, presentando un decremento de 100 puntos base en comparación con el mismo periodo del año 2008, principalmente como consecuencia de presiones del margen bruto.

RESULTADOS DE LA DIVISIÓN LATINCENTRO (Colombia, Venezuela, Guatemala, Nicaragua, Costa Rica y Panamá)

Desde el 1 de Junio de 2009, Coca-Cola FEMSA comenzó a distribuir el portafolio de Brisa en Colombia.

Ingresos

Los ingresos totales alcanzaron Ps. 8,666 millones en el segundo trimestre de 2009, un incremento de 63.9% en relación al mismo periodo del año anterior. Mayores precios promedio por caja unidad y el crecimiento de volumen aportaron aproximadamente 55% de los ingresos incrementales y un efecto positivo de conversión de moneda y la integración de Brisa representaron el balance. Excluyendo este efecto cambiario positivo y la adquisición de Brisa, los ingresos de la división Latincentro hubiesen crecido aproximadamente 35%.

El volumen total de ventas de la división Latincentro creció 10.0% a 142.4 millones de cajas unidad en el segundo trimestre del año 2009, en comparación con el mismo periodo del 2008. El crecimiento de volumen fue impulsado principalmente por (i) crecimientos en la categoría de refrescos en Venezuela, (ii) el sólido desempeño de la línea de bebidas de Jugos del Valle en Colombia y Centroamérica y (iii) la integración de la marca de agua embotellada Brisa en Colombia.

Utilidad de Operación

La utilidad bruta alcanzó Ps. 4,091 millones, un incremento de 68.1% en el segundo trimestre de 2009, comparado con el mismo trimestre del año 2008. El costo de ventas se incrementó 60.4% impulsado principalmente por un mayor costo de edulcorantes en la división y la devaluación del Peso colombiano aplicada al costo de empaque denominado en US Dólares. El margen bruto se incrementó 120 puntos base a 47.2% en el segundo trimestre de 2009.

Nuestra utilidad de operación creció 38.7% a Ps. 1,036 millones en el segundo trimestre de 2009, en comparación con el segundo trimestre del año anterior, como resultado de un apalancamiento operativo alcanzado por mayores ingresos que compensaron mayores costos laborales y de mantenimiento en Venezuela y Colombia, respectivamente. Nuestro margen de operación alcanzó 12.0% en el segundo trimestre de 2009, resultando en un decremento de 210 puntos base en relación al mismo periodo del año anterior.

RESULTADO DE LA DIVISIÓN MERCOSUR (Brasil y Argentina)

Desde el 1 de Junio de 2008, Coca-Cola FEMSA, incluye las operaciones de REMIL en la división Mercosur. El volumen y el precio promedio por caja unidad excluyen resultados de cerveza.

Ingresos

Los ingresos netos se incrementaron 36.7% a Ps. 5,686 millones en el segundo trimestre de 2009, comparados con el mismo trimestre del año anterior. Excluyendo cerveza, que aportó Ps. 614 millones durante el segundo trimestre de 2009, los ingresos netos incrementaron 34.6% a Ps. 5,072 millones en comparación con el mismo trimestre de 2008. La adquisición de REMIL representó aproximadamente 65% del crecimiento de utilidad neta, mayores precios promedio por caja unidad y el crecimiento de volumen representaron aproximadamente 30% del ingreso neto incremental. Un efecto positivo de conversión de moneda representó el balance. Excluyendo este efecto cambiario positivo, los ingresos netos de la división Mercosur hubiesen crecido aproximadamente 35%.

El volumen de ventas, excluyendo cerveza, se incrementó 18.2% a 135.4 millones de cajas unidad en el segundo trimestre del año 2009, en comparación con el mismo periodo del año anterior, principalmente como consecuencia de la integración de REMIL en Brasil. El volumen de ventas, excluyendo REMIL y cerveza, creció 3.4% para alcanzar 110.6 millones de cajas unidad, como resultado de (i) crecimientos de la categoría de refrescos en Brasil y Argentina, (ii) el portafolio de Jugos del Valle en Brasil y (iii) la marca de agua saborizada Aquarius en Argentina.

Utilidad de Operación

En el segundo trimestre del año 2009, nuestra utilidad bruta creció 31.9% a Ps. 2,448 millones, en comparación con el mismo periodo del año anterior. El costo de ventas se incrementó 41.0% impulsado por (i) la integración de REMIL en Brasil, (ii) un mayor costo de edulcorantes en la división, en comparación con el año anterior y (iii) la devaluación de las monedas locales aplicada al costo de materia prima denominado en US Dólares; los cuáles fueron parcialmente compensados por un menor costo de resina. El margen bruto de la división Mercosur se redujo 170 puntos base a 42.4% en el segundo trimestre de 2009.

La utilidad de operación creció 31.0% a Ps. 739 millones en el segundo trimestre de 2009, comparada con Ps. 564 millones en el mismo periodo del año 2008. El apalancamiento operativo, consecuencia de mayores ingresos, compensó mayores costos laborales y de fletes en Argentina. El margen operativo fue 12.8% en el segundo trimestre de 2009, un decremento de 60 puntos base en comparación con el mismo periodo del año anterior.

RESUMEN DE RESULTADOS DEL PRIMER SEMESTRE

Nuestros ingresos totales consolidados crecieron 29.2% a Ps. 46,339 millones en la primera mitad del año 2009, en comparación con el mismo periodo del año anterior, como resultado de crecimientos de ingresos en todas nuestras divisiones.

El crecimiento orgánico de nuestras operaciones contribuyó con cerca del 50% de los ingresos incrementales; un efecto positivo de conversión de moneda aportó más del 25% de los ingresos incrementales y las adquisiciones de REMIL en Brasil y Brisa en Colombia contribuyeron aproximadamente el 25%, representando el balance. Excluyendo este efecto cambiario positivo y las adquisiciones de REMIL y Brisa, los ingresos consolidados hubiesen crecido aproximadamente 14%.

El volumen total de ventas incrementó 8.5% a 1,161.2 millones de cajas unidad en la primera mitad de 2009, en comparación con el mismo periodo del año anterior. Excluyendo REMIL, el volumen total de ventas creció 4.3% a 1,108.9 millones de cajas unidad. La categoría de bebidas no carbonatadas, principalmente impulsada por el desempeño de la línea de productos de Jugos de Valle, contribuyó más del 60% de los volúmenes incrementales; el segmento de agua, incluyendo agua en presentaciones iguales o mayores a 5 litros, contribuyó aproximadamente 30% del volumen incremental y los refrescos, impulsados por la marca *Coca-Cola* contribuyeron menos de 10%, representando el balance.

La utilidad bruta creció 25.9% a Ps. 21,708 millones en la primera mitad del año 2009, en comparación con el mismo periodo del año anterior, derivado del incremento de la utilidad bruta en todas las divisiones. El costo de ventas se incrementó 32.2% principalmente como resultado de (i) un mayor costo de edulcorantes año-contra-año, (ii) la devaluación de las monedas locales en nuestras principales operaciones aplicada a nuestro costo de materia prima denominada en US Dólares y (iii) la integración de REMIL; que se vieron parcialmente compensados por menores costos de resina. El margen bruto alcanzó 46.8% en la primera mitad del 2009, un decremento de 130 puntos base en comparación con el mismo periodo del año 2008.

Nuestra utilidad de operación consolidada creció 15.8% a Ps. 6,939 millones en la primera mitad de 2009, en comparación con la primera mitad del 2008. Nuestras divisiones de Latincentro y Mercosur aportaron más del 90% de este crecimiento. Nuestro margen de operación fue de 15.0% en la primera mitad de 2009, un decremento de 170 puntos base en comparación con el mismo periodo del año anterior.

Nuestra utilidad neta mayoritaria consolidada se incrementó 1.6% a Ps. 3,499 millones en la primera mitad del 2009, comparada con el mismo periodo de 2008, reflejando principalmente una mayor utilidad de operación. La utilidad neta por acción ("UPA") fue de Ps. 1.89 (Ps. 18.95 por ADR) en el periodo, calculada sobre una base de 1,846.5 millones de acciones en circulación (cada ADR representa 10 acciones locales).

EVENTOS RECIENTES

- Desde el 1 de Junio de 2009, de acuerdo con el periodo de transición establecido con Bavaria, una subsidiaria de SABMiller, comenzamos a vender y distribuir el portafolio de Brisa en Colombia.
- En Julio de 2009 liquidamos los vencimientos de deuda relacionados con el bono yankee heredado con la adquisición de Panamco por US\$ 265 millones y un certificado bursátil por Ps. 500 millones, ambos con flujo de efectivo generado por nuestras operaciones.

INFORMACIÓN PARA LA CONFERENCIA TELEFÓNICA

Nuestra conferencia telefónica del segundo trimestre de 2009 se llevará a cabo el día 24 de Julio de 2009 a las 11:00 A.M. ET (10:00 A.M. hora de México). Para participar en la conferencia telefónica, favor de marcar: desde Estados Unidos: 866-700-7477 e Internacional: 617-213-8840. Adicionalmente estará disponible la transmisión del audio en vivo a través de nuestra página de Internet en www.coca-colafemsa.com.

Si usted no puede participar en tiempo real, una repetición de la misma estará disponible hasta el 31 de Julio de 2009. Para escuchar la repetición, favor de marcar: desde Estados Unidos: 888-286-8010. Internacional: 617-801-6888. Contraseña: 27948902.



Coca-Cola FEMSA, S.A.B. de C.V. produce y distribuye Coca-Cola, Sprite, Fanta, Lift y otros productos de las marcas de The Coca-Cola Company en México (una parte importante del centro de México, incluyendo la ciudad de México y el Sureste de México), Guatemala (la ciudad de Guatemala y sus alrededores), Nicaragua (todo el país), Costa Rica (todo el país), Panamá (todo el país), Colombia (la mayoría del país), Venezuela (todo el país), Brasil (São Paulo, Campiñas, Santos el estado de Mato Grosso do Sul, parte del estado de Goias y parte del estado de Minas Gerais) y Argentina (capital federal de Buenos Aires y sus alrededores), además de agua embotellada, cerveza y otras bebidas en algunos de estos territorios. La Compañía cuenta con 31 plantas embotelladoras en los países en Latinoamérica y atiende a más de 1'500,000 detallistas en la región. The Coca-Cola Company tiene una participación del 31.6% en el capital accionario de Coca-Cola FEMSA.



Este comunicado de prensa puede contener declaraciones a futuro referentes al desempeño futuro de Coca-Cola FEMSA y deben ser tomadas como estimados de buena fe de Coca-Cola FEMSA. Estas declaraciones a futuro reflejan el punto de vista de las expectativas de la administración y están basadas en información actualmente disponible. Los resultados reales están sujetos a eventos futuros e incertidumbres que podrían tener un impacto importante en el desempeño real de la compañía, muchas de las cuales están fuera del control de Coca-Cola FEMSA.

Referencias a "US\$" son a dólares americanos. Este comunicado de prensa contiene conversiones de ciertas cifras en pesos a dólares estadounidenses únicamente para comodidad del lector. Estas conversiones no deben ser interpretadas como declaraciones de que las cifras en pesos realmente representan tales cifras en dólares americanos o que pueden ser convertidas según las tasas indicadas.



(A continuación 6 Págs. de tablas)

Estado de Resultados Consolidado

Expresado en millones de pesos mexicanos.⁽¹⁾

	2T 09	% Ing	2T 08	% Ing	Δ%	ACUM 09	% Ing	ACUM 08	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad) ⁽²⁾	607.0		552.9		9.8%	1,161.2		1,070.6		8.5%
Precio promedio por caja unidad ⁽²⁾	38.58		32.69		18.0%	38.61		32.66		18.2%
Ventas netas	24,033		18,463		30.2%	46,062		35,678		29.1%
Otros ingresos de operación	151		81		86.4%	277		186		48.9%
Ingresos totales	24,184	100%	18,544	100%	30.4%	46,339	100%	35,864	100%	29.2%
Costo de ventas	12,757	52.7%	9,598	51.8%	32.9%	24,631	53.2%	18,625	51.9%	32.2%
Utilidad bruta	11,427	47.3%	8,946	48.2%	27.7%	21,708	46.8%	17,239	48.1%	25.9%
Gastos de Operación	7,750	32.0%	5,777	31.2%	34.2%	14,769	31.9%	11,247	31.4%	31.3%
Utilidad de operación	3,677	15.2%	3,169	17.1%	16.0%	6,939	15.0%	5,992	16.7%	15.8%
Otros gastos, neto	453		496		-8.7%	787		683		15.2%
Gastos financieros	405		622		-34.9%	1,033		1,132		-8.7%
Productos financieros	50		149		-66.4%	121		285		-57.5%
Gastos financieros, neto	355		473		-24.9%	912		847		7.7%
(Utilidad) Pérdida Cambiaria	(68)		(158)		-57.0%	304		(207)		-246.9%
(Utilidad) por posición monetaria en subsidiarias inflacionarias	(109)		(148)		-26.4%	(193)		(260)		-25.8%
(Ganancia) en Valuación de Instrumentos derivados de no cobertura	(201)		(116)		73.3%	(110)		(108)		1.9%
Resultado integral de financiamiento	(23)		51		-145.1%	913		272		235.7%
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	3,247		2,622		23.8%	5,239		5,037		4.0%
Impuestos a la utilidad	972		742		31.0%	1,586		1,495		6.1%
Utilidad neta consolidada	2,275		1,880		21.0%	3,653		3,542		3.1%
Utilidad mayoritaria	2,161	8.9%	1,844	9.9%	17.2%	3,499	7.6%	3,444	9.6%	1.6%
Utilidad minoritaria	114		36		216.7%	154		98		57.1%
Utilidad de operación	3,677	15.2%	3,169	17.1%	16.0%	6,939	15.0%	5,992	16.7%	15.8%
Depreciación ⁽³⁾	717		580		23.6%	1,414		1,143		23.7%
Amortización y Otros cargos virtuales ⁽⁴⁾	155		170		-8.8%	411		361		13.9%
Flujo operativo ⁽⁵⁾	4,549	18.8%	3,919	21.1%	16.1%	8,764	18.9%	7,496	20.9%	16.9%

⁽¹⁾ Excepto volumen y precio promedio por caja unidad.

⁽²⁾ Volumen y precio promedio por caja unidad excluyen los resultados de cerveza.

⁽³⁾ La amortización de los refrigeradores ha sido reclasificada al rubro de depreciación para fines contables.

⁽⁴⁾ Incluye el gasto por rotura de botellas retornables.

⁽⁵⁾ Flujo Operativo = Utilidad de Operación + depreciación, amortización y otros cargos virtuales de operación.

A partir del 1 de junio de 2008 se integró la operación de Minas Gerais (REMIL) en los resultados de Brasil.

A partir del 1 de junio de 2009 se integró la operación del negocio de Brisa en los resultados de Colombia.

Estado de Situación Financiera Consolidado

Expresado en millones de pesos mexicanos.

ACTIVO		Jun-09		Dic-08
Activos circulantes				
Efectivo y valores de realiz. inm.	Ps.	11,364	Ps.	6,192
Total cuentas por cobrar		4,011		5,240
Inventarios		4,855		4,313
Pagos anticipados y otros activos circulantes		2,296		2,247
Total activos circulantes		22,526		17,992
Propiedad, planta y equipo				
Botellas y cajas, neto		1,602		1,622
Propiedad, planta y equipo		52,836		50,925
Depreciación acumulada		(25,757)		(24,388)
Total propiedad, planta y equipo, neto		28,681		28,159
Otros activos no circulantes		53,446		51,807
TOTAL ACTIVO	Ps.	104,653	Ps.	97,958

PASIVO Y CAPITAL CONTABLE		Jun-09		Dic-08
Pasivo circulante				
Deuda a corto plazo y documentos	Ps.	10,130	Ps.	6,119
Intereses por pagar		220		267
Proveedores		7,425		7,790
Otros pasivos corto plazo		7,124		7,157
Pasivo circulante		24,899		21,333
Préstamos bancarios y documentos por pagar a largo plazo		10,652		12,455
Obligaciones Laborales		1,011		936
Otros pasivos largo plazo		6,621		5,618
Total pasivo		43,183		40,342
Capital Contable				
Interés minoritario		1,973		1,703
Interés mayoritario:				
Capital social		3,116		3,116
Prima en suscripción de acciones		13,220		13,220
Utilidades retenidas		38,189		33,935
Utilidad neta del periodo		3,499		5,598
Otras Partidas de Utilidad Integral		1,473		44
Total interés mayoritario		59,497		55,913
Total capital contable		61,470		57,616
TOTAL PASIVO Y CAPITAL	Ps.	104,653	Ps.	97,958

División México

Expresado en millones de pesos mexicanos.⁽¹⁾

	2T 09	% Ing	2T 08	% Ing	Δ%	ACUM 09	% Ing	ACUM 08	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad)	329.2		308.9		6.6%	601.6		573.0		5.0%
Precio promedio por caja unidad	29.42		29.20		0.7%	29.58		29.24		1.1%
Ventas netas	9,684		9,020		7.4%	17,794		16,755		6.2%
Otros ingresos de operación	65		27		140.7%	95		61		55.7%
Ingresos totales	9,749	100.0%	9,047	100.0%	7.8%	17,889	100.0%	16,816	100.0%	6.4%
Costo de ventas	4,861	49.9%	4,391	48.5%	10.7%	8,925	49.9%	8,201	48.8%	8.8%
Utilidad bruta	4,888	50.1%	4,656	51.5%	5.0%	8,964	50.1%	8,615	51.2%	4.1%
Gastos de Operación	2,986	30.6%	2,798	30.9%	6.7%	5,729	32.0%	5,435	32.3%	5.4%
Utilidad de operación	1,902	19.5%	1,858	20.5%	2.4%	3,235	18.1%	3,180	18.9%	1.7%
Depreciación, amortización y otros cargos virtuales ⁽²⁾	382	3.9%	411	4.5%	-7.1%	814	4.6%	842	5.0%	-3.3%
Flujo Operativo ⁽³⁾	2,284	23.4%	2,269	25.1%	0.7%	4,049	22.6%	4,022	23.9%	0.7%

⁽¹⁾ Excepto volumen y precio promedio por caja unidad.

⁽²⁾ Incluye el gasto por rotura de botellas retornables.

⁽³⁾ Flujo Operativo = Utilidad de Operación + Depreciación, amortización y otros cargos virtuales de operación.

División Latincentro

Expresado en millones de pesos mexicanos.⁽¹⁾

	2T 09	% Ing	2T 08	% Ing	Δ%	ACUM 09	% Ing	ACUM 08	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad)	142.4		129.5		10.0%	275.1		259.7		5.9%
Precio promedio por caja unidad	60.84		40.80		49.1%	59.92		41.03		46.1%
Ventas netas	8,663		5,283		64.0%	16,484		10,655		54.7%
Otros ingresos de operación	3		3		0.0%	2		7		-71.4%
Ingresos totales	8,666	100.0%	5,286	100.0%	63.9%	16,486	100.0%	10,662	100.0%	54.6%
Costo de ventas	4,575	52.8%	2,852	54.0%	60.4%	8,827	53.5%	5,776	54.2%	52.8%
Utilidad bruta	4,091	47.2%	2,434	46.0%	68.1%	7,659	46.5%	4,886	45.8%	56.8%
Gastos de Operación	3,055	35.3%	1,687	31.9%	81.1%	5,604	34.0%	3,346	31.4%	67.5%
Utilidad de operación	1,036	12.0%	747	14.1%	38.7%	2,055	12.5%	1,540	14.4%	33.4%
Depreciación, amortización y otros cargos virtuales ⁽²⁾	306	3.5%	205	3.9%	49.3%	624	3.8%	397	3.7%	57.2%
Flujo Operativo ⁽³⁾	1,342	15.5%	952	18.0%	41.0%	2,679	16.3%	1,937	18.2%	38.3%

⁽¹⁾ Excepto volumen y precio promedio por caja unidad.

⁽²⁾ Incluye el gasto por rotura de botellas retornables.

⁽³⁾ Flujo Operativo = Utilidad de Operación + Depreciación, amortización y otros cargos virtuales de operación.

A partir del 1 de junio de 2009 se integró la operación del negocio de Brisa en los resultados de Colombia.

División Mercosur

Expresado en millones de pesos mexicanos.⁽¹⁾

	2T 09	% Ing	2T 08	% Ing	Δ%	ACUM 09	% Ing	ACUM 08	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad) ⁽²⁾	135.4		114.5		18.2%	284.5		237.9		19.6%
Precio promedio por caja unidad ⁽²⁾	37.46		32.93		13.8%	37.12		31.76		16.9%
Ventas netas	5,686		4,160		36.7%	11,784		8,268		42.5%
Otros ingresos de operación	83		51		62.7%	180		118		52.5%
Ingresos totales	5,769	100.0%	4,211	100.0%	37.0%	11,964	100.0%	8,386	100.0%	42.7%
Costo de ventas	3,321	57.6%	2,355	55.9%	41.0%	6,879	57.5%	4,648	55.4%	48.0%
Utilidad bruta	2,448	42.4%	1,856	44.1%	31.9%	5,085	42.5%	3,738	44.6%	36.0%
Gastos de Operación	1,709	29.6%	1,292	30.7%	32.3%	3,436	28.7%	2,466	29.4%	39.3%
Utilidad de operación	739	12.8%	564	13.4%	31.0%	1,649	13.8%	1,272	15.2%	29.6%
Depreciación, amortización y otros cargos virtuales ⁽³⁾	184	3.2%	134	3.2%	37.3%	387	3.2%	265	3.2%	46.0%
Flujo Operativo ⁽⁴⁾	923	16.0%	698	16.6%	32.2%	2,036	17.0%	1,537	18.3%	32.5%

⁽¹⁾ Excepto volumen y precio promedio por caja unidad.

⁽²⁾ Volumen y precio promedio por caja unidad excluyen los resultados de cerveza.

⁽³⁾ Incluye el gasto por rotura de botellas retornables.

⁽⁴⁾ Flujo Operativo = Utilidad de Operación + Depreciación, amortización y otros cargos virtuales de operación.

A partir del 1 de junio de 2008 se integró la operación de Minas Gerais (REMIL) en los resultados de Brasil.

INFORMACION RELEVANTE

Por los tres meses terminados al 30 de junio de 2009 y 2008

Expresado en millones de pesos mexicanos.

	2T 09
Inversión en Activos fijos	1,041.3
Depreciación	717.0
Amortización y Otros cargos virtuales de operación	155.0

	2T 08
Inversión en Activos fijos	662.7
Depreciación	580.0
Amortización y Otros cargos virtuales de operación	170.0

VOLUMEN

Expresado en millones de cajas unidad

	2T 09				
	Refrescos	Agua ⁽¹⁾	Garrafón ⁽²⁾	Otros ⁽³⁾	Total
México	237.1	15.2	60.1	16.8	329.2
Centroamérica	29.8	1.5	0.1	3.0	34.4
Colombia	41.3	3.7	3.7	4.4	53.1
Venezuela	50.5	2.1	0.6	1.7	54.9
Latinoamérica	121.6	7.3	4.4	9.1	142.4
Brasil	85.4	4.0	0.5	3.2	93.1
Argentina	39.2	0.4	0.1	2.6	42.3
Mercosur	124.6	4.4	0.6	5.8	135.4
Total	483.3	26.9	65.1	31.7	607.0

	2T 08				
	Refrescos	Agua ⁽¹⁾	Garrafón ⁽²⁾	Otros ⁽³⁾	Total
México	230.5	15.4	55.1	7.9	308.9
Centroamérica	29.9	1.3	0.0	2.4	33.6
Colombia	41.5	2.1	2.6	0.6	46.8
Venezuela	44.8	2.8	0.0	1.5	49.1
Latinoamérica	116.2	6.2	2.6	4.5	129.5
Brasil	68.6	4.3	0.0	1.4	74.3
Argentina	38.2	0.6	0.0	1.4	40.2
Mercosur	106.8	4.9	0.0	2.8	114.5
Total	453.5	26.5	57.7	15.2	552.9

⁽¹⁾ Excluye presentaciones mayores a 5.0 lts.

⁽²⁾ Incluye presentaciones iguales o mayores a 5.0 lts.

⁽³⁾ Incluye agua saborizada

- El volumen de Brasil, la división Mercosur, y el Consolidado incluyen tres meses de la operación de REMIL, que asciende a 24.8 millones de cajas unidad. Refrescos representa cerca del 95% de este volumen.

INFORMACION RELEVANTE

Por los seis meses terminados al 30 de junio de 2009 y 2008

Expresado en millones de pesos mexicanos.

	ACUM 09
Inversión en Activos fijos	1,742.6
Depreciación	1,414.0
Amortización y Otros cargos virtuales de operación	411.0

	ACUM 08
Inversión en Activos fijos	1,184.1
Depreciación	1,143.0
Amortización y Otros cargos virtuales de operación	361.0

VOLUMEN

Expresado en millones de cajas unidad

	ACUM 09				
	Refrescos	Agua ⁽¹⁾	Garrafón ⁽²⁾	Otros ⁽³⁾	Total
México	433.2	27.3	110.0	31.1	601.6
Centroamérica	56.8	3.0	0.1	5.4	65.3
Colombia	81.7	6.0	6.0	8.0	101.7
Venezuela	99.5	4.1	1.2	3.3	108.1
Latinoamérica	238.0	13.1	7.3	16.7	275.1
Brasil	179.2	9.6	1.1	6.2	196.1
Argentina	82.1	0.8	0.3	5.2	88.4
Mercosur	261.3	10.4	1.4	11.4	284.5
Total	932.5	50.8	118.7	59.2	1,161.2

	ACUM 08				
	Refrescos	Agua ⁽¹⁾	Garrafón ⁽²⁾	Otros ⁽³⁾	Total
México	433.9	29.1	97.1	12.9	573.0
Centroamérica	59.4	2.8	0.0	4.4	66.6
Colombia	82.7	4.9	5.1	1.3	94.0
Venezuela	90.6	5.5	0.0	3.0	99.1
Latinoamérica	232.7	13.2	5.1	8.7	259.7
Brasil	137.6	9.7	0.0	2.5	149.8
Argentina	83.9	1.1	0.0	3.1	88.1
Mercosur	221.5	10.8	0.0	5.6	237.9
Total	888.1	53.1	102.2	27.2	1,070.6

⁽¹⁾ Excluye presentaciones mayores a 5.0 lts.

⁽²⁾ Incluye presentaciones iguales o mayores a 5.0 lts.

⁽³⁾ Incluye agua saborizada

- El volumen de Brasil, la división Mercosur, y el Consolidado incluyen seis meses de la operación de REMIL, que asciende a 52.3 millones de cajas unidad. Refrescos representa cerca del 95% de este volumen.

Junio 2009

Información Macroeconómica

	Inflación ⁽¹⁾			Tipo de Cambio (moneda local por U.S. Dólar) ⁽²⁾		
	12 M	2T 09	Acum 09	Jun 09	Dic 08	Jun 08
México	5.74%	0.24%	1.27%	13.2023	13.5383	10.2841
Colombia	3.81%	0.27%	2.22%	2,158.67	2,243.59	1,923.02
Venezuela ⁽³⁾	26.08%	5.71%	10.86%	2.1500	2.1500	2.1500
Brasil	4.94%	1.58%	2.75%	1.9516	2.3370	1.5919
Argentina	5.27%	1.09%	2.72%	3.7970	3.4530	3.0250

⁽¹⁾ Fuente: La inflación mexicana es publicada por el *Banco de México*.

⁽²⁾ Los tipos de cambio al cierre del periodo son los oficiales publicados por el Banco Central en cada país.

⁽³⁾ En Venezuela a partir del 1° de enero de 2008, la moneda en circulación es el Bolívar Fuerte, dividiendo entre mil la moneda anterior (Bolívar).