

PARA DISTRIBUCIÓN INMEDIATA



CONTACTOS:

Juan Fonseca / (52) 81 83 28 62 45 / juan.fonseca@femsa.com.mx

Alan Alanís / (52) 81 83 28 62 11 / alan.alanis@femsa.com.mx

Arturo Ballester / (52) 81 83 28 61 89 / arturo.ballester@femsa.com.mx

FEMSA REPORTA SÓLIDOS RESULTADOS PARA EL CUARTO TRIMESTRE Y AÑO COMPLETO TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DEL 2002

- Los ingresos totales consolidados crecieron 5.7% en el año, llegando a 52,941 millones de pesos. Por séptimo año consecutivo hemos logrado un crecimiento de doble dígito en la utilidad de operación, registrando 11.2% para el 2002. Alcanzamos un margen de operación record de 17.9% de los ingresos totales, 90 puntos base mayor que el del año anterior.
- Cambio en política de comunicación de estimados: FEMSA no proveerá metas financieras u operativas de ahora en adelante.

Monterrey, México, febrero 19, 2003 — Fomento Económico Mexicano S.A. de C.V. (“FEMSA” (BMV: FEMSA UBD, FEMSA UB; NYSE: FMX), la empresa de bebidas líder en Latinoamérica, reportó hoy crecimientos en el ingreso total y utilidad de operación de sus principales operaciones para el año fiscal terminado el 31 de diciembre del 2002, lo que resultó en una expansión del margen operativo en cada una de las principales subsidiarias.

FEMSA y Subsidiarias						
Crecimiento respecto al mismo periodo del año anterior						
	Cambios en %, en términos reales					
	Ingresos Totales		Utilidad de Oper.*		Margen Oper.**	
	4 Tri 02	2002	4 Tri 02	2002	2002	cambio
FEMSA Consolidado	6.7 %	5.7 %	10.3 %	11.2 %	17.9 %	+ 90 bps
FEMSA Cerveza	-1.0	0.5	-1.2	5.3	18.9	+ 80
Coca-Cola FEMSA	4.8	5.3	12.5	14.6	25.2	+ 200
FEMSA Comercio	20.9	18.7	57.2	44.3	4.6	+ 80
FEMSA Empaques	10.7	0.3	17.8	5.0	15.2	+ 70

* Antes de servicios corporativos donde sea aplicable

** Margen de Operación es la razón de Utilidad de Operación a Ingresos Totales

José Antonio Fernández Carbajal, presidente y director general de la compañía comentó, “Reportamos resultados favorables a pesar del difícil entorno de negocios que prevaleció el año 2002, ya que la recuperación económica que se esperaba, no se materializó en México ni en el exterior. Avanzamos significativamente hacia nuestras metas estratégicas y logramos niveles récord en rentabilidad durante el año, expandiendo nuestro margen operativo a 17.9% y el margen de flujo de operación (EBITDA) a 25.7% de los ingresos totales. Además, continuamos fortaleciendo nuestra estrategia de bebidas aprovechando atractivas vías de crecimiento. Como la mayoría de ustedes sabe, estamos en proceso de concluir el acuerdo para adquirir la compañía Panamco por parte de Coca-Cola FEMSA. La fase de integración ya está en desarrollo, así que estaremos en capacidad de implementar el nuevo plan de negocios tan pronto concluya favorablemente la transacción. Esperamos que esta operación abra las puertas a FEMSA hacia una plataforma verdaderamente continental, la cual habremos de aprovechar al máximo. Estamos convencidos de que el potencial de crecimiento que esta adquisición trae a nuestra Compañía es claramente superior a los retos que podríamos enfrentar.”

**RESULTADOS FINANCIEROS AUDITADOS PARA EL CUARTO TRIMESTRE Y AÑO
COMPLETO TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DEL 2002 COMPARADOS AL CUARTO
TRIMESTRE Y AÑO COMPLETO TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DEL 2001.**

FEMSA Consolidado

Ingresos Totales

En el cuarto trimestre del 2002, nuestros ingresos totales consolidados crecieron 6.7%, llegando a 13,615 millones de pesos y en los doce meses, estos crecieron 5.7% a 52,941 millones de pesos. Nuestra subsidiaria comercial, FEMSA Comercio, contribuyó significativamente al crecimiento en ventas del trimestre con la apertura de 216 nuevas tiendas Oxxo (neto de cierres), al mismo tiempo que Coca-Cola FEMSA continuó impulsando sus ingresos con un buen crecimiento en volumen y precios estables. FEMSA Empaques logró capitalizar ciertos incrementos en la demanda de sus productos y registró un sólido crecimiento en ventas en el cuarto trimestre. Por el otro lado, FEMSA Cerveza siguió enfrentando una débil demanda en los mercados del norte del país durante el trimestre, y registró una disminución en ingresos totales de 1.0%.

Utilidad de Operación

En el cuarto trimestre del 2002, nuestros gastos de operación consolidados (incluyendo la amortización del crédito mercantil y los servicios corporativos pagados a Labatt), aumentaron 1.1% a 4,325 millones de pesos. Como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de operación se redujeron 170 puntos base a 31.8%, resultado de continuas iniciativas de eficiencia en costos en todas nuestras subsidiarias. Nuestra utilidad de operación consolidada (después de la participación en los resultados de compañías asociadas) aumentó 10.3% a 2,443 millones de pesos expandiéndose el margen de operación consolidado en 50 puntos base a 17.9% de los ingresos totales consolidados.

En el año 2002, nuestros gastos de operación consolidados incluyendo la amortización del crédito mercantil y servicios corporativos pagados a Labatt, aumentaron 2.7% a 17,170 millones de pesos. La agresiva expansión en el número de tiendas por parte de FEMSA Comercio es la principal responsable del incremento en el gasto de operación, ya que las subsidiarias de bebidas redujeron exitosamente sus gastos operativos durante el año. Como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de operación disminuyeron 100 puntos base a 32.4%. Nuestra utilidad de operación consolidada (después de la participación en los resultados de compañías asociadas) aumentó 11.2% a 9,491 millones de pesos, impulsada por un incremento en la rentabilidad de Coca-Cola FEMSA y de FEMSA Comercio. Nuestro margen de operación consolidado aumentó 90 puntos base llegando a 17.9% de los ingresos totales.

Gasto Financiero Neto

En el cuarto trimestre del 2002, el gasto financiero neto consolidado aumentó 4.2% a 123 millones de pesos. Este aumento respecto al cuarto trimestre del 2001 refleja el efecto neto de: (i) un incremento de 19.9% en los gastos financieros reflejando mayores pasivos promedio y el efecto de la depreciación del peso contra el dólar en nuestros pasivos netos en dólares, y compensado parcialmente por menores tasas de interés promedio, y (ii) un aumento de 37.9% en el producto financiero como resultado de una posición de caja promedio mayor, que generó menor ingreso relativo debido a las tasas de interés en pesos ligeramente menores.

En el año completo, el gasto financiero neto consolidado disminuyó 2.5% a 460 millones de pesos. Los gastos financieros consolidados disminuyeron 4.4% a 906 millones de pesos comparado al 2001, principalmente debido a menores tasas de interés reales aplicables a nuestros pasivos, no obstante que los pasivos brutos aumentaron 3.4% en promedio en el 2002 y la porción en dólares se afectó por la devaluación del peso contra el dólar ocurrida durante el año. Este fenómeno se compensó parcialmente por la reducción en el ingreso financiero consolidado, el cual disminuyó 6.3% a 446 millones de pesos reflejando el efecto neto de menores tasas de interés aplicables a nuestras inversiones comparado con el 2001 y una mayor posición en caja de pesos.

Fluctuación Cambiaria, Resultado por Posición Monetaria y Otros Gastos

Ajuste al Crédito Mercantil de Argentina. Tomando en cuenta la incertidumbre que predomina por la recesión económica en Argentina, decidimos adoptar una postura más conservadora en la valuación del crédito mercantil relacionado a nuestra inversión en ese país. Por consiguiente, en el tercer trimestre pasamos a otros gastos la cantidad de 139 millones de pesos argentinos (402 millones de pesos) relacionados a la compra de los territorios de Coca-Cola FEMSA de Buenos Aires. Simultáneamente, hemos decidido dejar de utilizar nuestra inversión en esta franquicia como cobertura cambiaria para los pasivos denominados en dólares asumidos para esta adquisición en vista de la volatilidad del peso argentino frente al dólar, lo cual tuvo un efecto el costo integral de financiamiento para el 2002 en los cálculos de fluctuación cambiaria y resultado por posición monetaria. Estos ajustes no implican movimientos de efectivo.

Fluctuación Cambiaria. En el cuarto trimestre del 2002 registramos una pérdida por fluctuación cambiaria de 41 millones de pesos comparada con una ganancia por fluctuación cambiaria de 219 millones registrada en el mismo periodo de 2001. Aunque nuestros pasivos netos promedio se redujeron significativamente, la devaluación de 22 centavos ocurrida en el cuarto trimestre del 2002 produjo una pérdida cambiaria, en comparación a una apreciación de 33 centavos ocurrida en el cuarto trimestre del 2001.

En el año 2002 registramos una pérdida cambiaria de 325 millones de pesos, comparada a una ganancia cambiaria de 230 millones de pesos en el año 2001, principalmente debido al efecto de la devaluación del peso contra el dólar, que sumó 1.28 pesos por dólar en el año, sobre los pasivos netos denominados en dólares en México. Esto se compara a una apreciación de 43 centavos aplicada sobre mayores pasivos denominados en dólares en el 2001. Por otro lado, la devaluación del peso argentino contra el dólar sobre la posición activa neta en dólares en Argentina tuvo un efecto favorable sobre la fluctuación cambiaria durante el 2002.

Posición Monetaria. En el cuarto trimestre del 2002 la pérdida por posición monetaria ascendió a 29 millones de pesos, principalmente vinculada a nuestra posición neta activa en México y al incremento de 50 puntos base en la inflación en México durante el trimestre, comparada a la registrada en el mismo periodo del año anterior.

La ganancia por posición monetaria en el año 2002 ascendió a 389 millones de pesos, comparada con una pérdida de 40 millones en el 2001. Esta ganancia fue generada principalmente como resultado de la tasa de inflación acumulada en Argentina sobre el pasivo contratado para la adquisición de Coca-Cola FEMSA Buenos Aires. La inflación en Argentina durante el 2002 ha sido de 41.2%.

Otros Gastos. Los otros gastos consolidados en el cuarto trimestre del 2002 sumaron 171 millones de pesos, y consisten principalmente en indemnizaciones y bajas de activos. Los otros gastos consolidados en el año 2002 sumaron 858 millones de pesos, incluyendo el ajuste no-deducible de una porción del crédito mercantil relacionado a nuestra inversión en Argentina por un monto de 402 millones de pesos que se cargó en el tercer trimestre, además de indemnizaciones y bajas de activos fijos.

Impuestos

En el cuarto trimestre del 2002 registramos impuesto sobre la renta, impuesto al activo y participación de los trabajadores en las utilidades (“impuestos”) por 862 millones de pesos, un aumento de 97.3% respecto al cuarto trimestre del 2001. Las principales razones de esta diferencia son (i) una difícil comparación contra el cuarto trimestre del año pasado, donde tuvimos un beneficio aislado por una reducción en la tasa impositiva de acuerdo con una nueva ley, y (ii) una mayor provisión para la participación de los trabajadores en las utilidades.

En el año 2002, los impuestos sumaron 3,624 millones de pesos, un incremento de 23.1% sobre el mismo periodo del año anterior. Excluyendo el efecto del cargo no recurrente por el ajuste del crédito mercantil de nuestras operaciones en Argentina, la tasa impositiva promedio para el año 2002 fue 41.9%.

Utilidad Neta

En el cuarto trimestre del 2002 nuestra utilidad neta consolidada disminuyó 28.3% a 1,217 millones de pesos de 1,698 millones de pesos en el cuarto trimestre del 2001. Los cargos no-operativos que impactaron este

resultado, como se ha descrito, son principalmente (i) la pérdida cambiaria de 41 millones de pesos comparada a una ganancia de 219 millones en el cuarto trimestre del 2001, y (ii) el incremento de 97.3% en la provisión de impuesto sobre la renta, impuesto al activo y participación de los trabajadores en las utilidades.

En el año 2002 la utilidad neta consolidada de FEMSA disminuyó 7.4% a 4,613 millones de pesos registrados en el año 2002, de 4,980 millones de pesos para el mismo periodo del 2001. El incremento de 11.2% en nuestra utilidad de operación consolidada fue descompensado por cargos no-operativos que consistieron principalmente en: (i) un aumento de 40.4% en nuestro costo integral de financiamiento consolidado, (ii) un aumento significativo en nuestros otros gastos no-deducibles relacionado principalmente al ajuste de una porción del crédito mercantil sobre nuestras inversiones en Argentina, lo cual ocurrió durante el tercer trimestre del 2002, y (iii) el efecto de cargos no-operativos en el cuarto trimestre, como se ha descrito.

Utilidad Neta Mayoritaria Consolidada

La utilidad neta mayoritaria consolidada fue de 725 millones de pesos para el cuarto trimestre del 2002, comparada con 1,183 millones de pesos registrados en el cuarto trimestre del 2001. La utilidad neta mayoritaria consolidada ascendió a 2,837 millones de pesos para el año 2002, comparada con 3,393 millones de pesos registrados en el año 2001.

Por Unidad¹		
Pesos		
4º Trimestre	2002	2001
Util. Neta mayoritaria	0.684	1.117
Flujo Bruto de Operación ²	3.269	2.991
AÑO COMPLETO		
Util. Neta mayoritaria	2.678	3.203
Flujo Bruto de Operación ²	12.820	11.616

¹Las unidades de FEMSA consisten en Unidades FEMSA UBD y Unidades FEMSA UB. Cada unidad FEMSA UBD está compuesta por una acción Serie B, dos acciones Serie D-B y dos acciones Serie D-L. Cada unidad FEMSA UB está compuesta por cinco acciones Serie B. El número de Unidades FEMSA en circulación al 31 de diciembre del 2002 fue 1,059,462,090, equivalente al número total de acciones en circulación al 31 de diciembre de 2002, dividido entre 5.

²El flujo de operación se calcula sumando a la utilidad de operación, la depreciación y amortización, y los demás cargos virtuales.

Anuncio: Cambio en Política de Comunicación de Estimados

FEMSA ha cambiado su política de comunicación de estimados, y de ahora en adelante dejará de proveer metas de desempeño operativo o financiero para cualquiera de sus subsidiarias.

Federico Reyes, Director de Finanzas de FEMSA, explicó: “Consideramos que el direccionamiento estratégico de una compañía debe determinarse con un horizonte de largo plazo. También creemos que el establecer metas de corto plazo puede distraer al equipo administrativo de su enfoque en las iniciativas estratégicas que, en última instancia, determinan la capacidad de una corporación para ser exitosa en el futuro.”

“Adicionalmente, la integración de los territorios y operaciones de Panamco requerirán mayor enfoque por parte de nuestros ejecutivos y de toda la organización de Coca-Cola FEMSA. Considerando la magnitud del trabajo por delante, creemos que será difícil para esta compañía en lo particular y para FEMSA en general proveer estimaciones de corto plazo con respecto a indicadores operativos y financieros.”

“Seguiremos ofreciendo perspectivas acerca del avance de las iniciativas estratégicas y otros factores que pudieran ser críticos para entender nuestros negocios y su ambiente operativo, con el compromiso de siempre proporcionar información oportuna, completa y de alta calidad. De esta forma, seremos capaces de medir nuestro progreso conforme éste se vaya logrando, en lugar de establecer pronósticos de corto plazo y enfocarnos en su cumplimiento, lo que podría ser perjudicial para la estrategia de largo plazo de la compañía,” concluyó Federico Reyes.

FEMSA Cerveza

Disposición contable: Como se ha venido mencionando en reportes recientes, estamos dando cumplimiento a los lineamientos del EITF No. 01-09 recientemente emitido por el FASB, “Contabilidad de las Consideraciones dadas por un Vendedor a un Cliente o Revendedor de los Productos del Vendedor”. Este pronunciamiento requiere que los gastos incurridos por FEMSA Cerveza por estos conceptos sean reclasificados como deducciones de las ventas netas. Las amortizaciones que previamente se clasificaban como gastos de venta por montos de 176.9 millones de pesos, 229.8 millones, 224.7 millones, y 219.5 millones en los trimestres primero, segundo, tercero y cuarto del 2001, respectivamente, se reclasificaron como reducción de ventas netas de acuerdo al pronunciamiento del EITF. De manera correspondiente, para el 2002 hemos reclasificado 210.0 millones de pesos, 248.7 millones, 240.9 millones y 231.6 millones en los trimestres primero, segundo, tercero y cuarto del 2002, respectivamente.

Ingresos Totales

En el cuarto trimestre del 2002 los ingresos totales de FEMSA Cerveza ascendieron a 5,171 millones de pesos, lo que representa una disminución de 1.0% comparado al mismo periodo del año anterior, como resultado de un decremento de 1.0% en el volumen de ventas total y una disminución de 0.6% en el precio promedio total por hectolitro en términos reales. El volumen nacional disminuyó 1.3% a 5.534 millones de hectolitros, ya que la demanda de cerveza recayó en todo México durante el trimestre reflejando la debilidad económica. El volumen de exportación creció 3.0% en el trimestre con un incremento de 4.5% en el precio promedio por hectolitro. La demanda de cerveza en los Estados Unidos disminuyó ligeramente en el trimestre debido a ciertas anomalías en el ritmo de consumo ligadas a la situación geopolítica y al clima adverso en ciertas regiones.

En el año 2002, los ingresos totales de FEMSA Cerveza crecieron 0.5% a 20,815 millones, reflejando una disminución de 0.2% en el volumen de ventas total y un aumento de 0.6% en el precio promedio por hectolitro total en términos reales. El volumen de ventas nacional disminuyó 0.7%, ya que FEMSA Cerveza continuó experimentando un efecto adverso por el deterioro del ingreso personal disponible en las regiones del norte de México, mercados donde tiene mayor presencia relativa. El nivel de empleo en las industrias manufacturera y de comercio al menudeo en el norte del país disminuyó aproximadamente 4.6% en el 2002, mientras que en el centro y sur esta disminución fue de aproximadamente 0.3% y 0.4%, respectivamente. Similarmente, nuestros volúmenes de venta en el norte disminuyeron 2.9%, mientras que en el resto del país aumentaron aproximadamente 1.9%. El precio en el mercado nacional aumentó 0.9% en términos reales, atribuible principalmente al aumento de precios aplicado a nivel nacional durante el primer trimestre. El volumen de exportación aumentó 6.1% a 1.955 millones de hectolitros, lo cual ahora representa el 8.2% del volumen de ventas total.

En el 2002 FEMSA Cerveza avanzó en el desarrollo de su esquema de negocios, principalmente en la implementación de herramientas avanzadas para llegar al mercado, pero sobre todo en la transformación de aspectos culturales de la organización que conducen al desarrollo de competencias claves. A lo largo del año, el volumen nacional operado bajo el sistema de preventa llegó al 75.4%, al mismo tiempo que se instalaron aproximadamente 30,000 refrigeradores especializados en todo el país, y se llevaron a cabo renegociaciones exitosas con distribuidores concesionarios con el objetivo de eficientar nuestro sistema de distribución primaria. El área de mercadotecnia de FEMSA Cerveza impulsó su esfuerzo de visibilidad de marca y equipamiento con propuestas innovadoras y menos costosas, y desarrolló aún más el alcance y la profundidad de sus capacidades de investigación y análisis de mercados. Nuestra marca *Sol* fue impulsada durante todo el año mediante la campaña de imagen “*Tomando Sol*” y el patrocinio de eventos futbolísticos, arrojando excelentes indicadores de salud de marca y volumen. Y en el contexto de la transformación global, también se logro un progreso significativo en el diseño y configuración de la plataforma de procesos “*ERP*” (*Enterprise Resource Planning*), la cual actualmente se encuentra implementando su primer programa piloto de funcionamiento integral como preparación al lanzamiento nacional durante el 2003 y 2004.

Utilidad de Operación

En el cuarto trimestre del 2002, la utilidad bruta de FEMSA Cerveza disminuyo 2.4% comparado al cuarto trimestre del 2001, como resultado de un pequeño incremento en el costo de ventas reflejando (i) la

depreciación del peso contra el dólar en los insumos denominados en dólares y (ii) comparativos que ya mostraban los efectos de la disminución de personal iniciada en el cuarto trimestre del 2001. El margen bruto se contrajo 50 puntos base a 57.2% de las ventas totales. Los gastos de administración disminuyeron 1.1% a 522.6 millones de pesos durante el periodo, gracias a los continuos esfuerzos de contención de gastos en toda la organización, y permanecieron constantes como porcentaje de los ingresos totales, en 10.1%. Los gastos de venta disminuyeron 2.0% a 1,474 millones de pesos, aproximadamente en línea con la disminución en ventas nacionales. La participación en compañías asociadas resultó en una ganancia de 58.2 millones de pesos en el trimestre. La utilidad de operación de FEMSA Cerveza, después de la participación en las utilidades de compañías asociadas y antes de la deducción de servicios corporativos a FEMSA y Labatt, disminuyó 1.2% a 983.4 millones de pesos en comparación al cuarto trimestre del 2001, resultando en un margen de operación antes de la deducción del pago de servicios corporativos idéntico al del mismo trimestre el año pasado, a 19.0% de los ingresos totales.

En el año 2002, la utilidad de operación de FEMSA Cerveza aumentó 5.3% a 3,938 millones de pesos. El margen operativo antes de servicios corporativos se expandió 80 puntos base a 18.9% de los ingresos totales. Este aumento se deriva de las mejoras en el margen bruto y la exitosa contención de gastos de operación. El margen bruto se expandió 30 puntos base a 57.6% de las ventas totales, reflejando importantes mejoras en productividad manufacturera y ahorros en la logística de distribución primaria. Los gastos de operación como porcentaje de los ingresos totales disminuyeron 40 puntos base a 38.6%.

Eventos Recientes

A partir del 1 de enero del 2003 nuestra subsidiaria Logística CCM, en la cual FEMSA tiene participación del 70%, ha sido reintegrada a la estructura de FEMSA Cerveza. FEMSA Cerveza era el único cliente de Logística CCM, y ambas compañías son propiedad de los mismos accionistas en idénticas proporciones. Se determinó que este movimiento haría a FEMSA Cerveza más comparable con el resto de la industria cervecera. Los estados financieros de FEMSA Cerveza reflejarán los efectos de este cambio a partir del año 2003. Esperamos que el efecto neto sea una ligera mejora en el margen de operación de FEMSA Cerveza.

Coca-Cola FEMSA

Los ingresos totales incrementaron 4.8% en el cuarto trimestre del 2002, debido a que Coca-Cola FEMSA registró un sólido crecimiento en el volumen vendido en los territorios mexicanos (incremento de 5.5%, incluyendo *KIN Light*) y la primera recuperación en volumen en el territorio argentino en cinco trimestres (incremento de 3.0%). Los ingresos totales en los territorios mexicanos crecieron 4.6%, impulsados por crecimientos en las categorías de colas y aguas naturales, así como por la mayor proporción de presentaciones no-retornables (de mayor precio) en la mezcla. La presentación en garrafón de 5 litros de *Ciel* ha logrado un gran éxito en el Valle de México, y ya representa una porción significativa del portafolio de aguas de Coca-Cola FEMSA. En el año 2002, los ingresos en México aumentaron 6.7%, con incrementos de 5.6% en volumen de ventas y de 1.1% en el precio promedio por caja.

Por primera vez en doce meses Coca-Cola FEMSA Buenos Aires ha logrado crecimiento en ventas, principalmente como resultado de la exitosa estrategia de incrementar la proporción de productos en envases retornables. Este tipo de presentaciones, encabezadas por la botella de vidrio de 1.25 litros para *Coca-Cola* y *Sprite*, ha crecido de 5.8% de la mezcla en el 2001 a 12.4% durante el 2002. Los ingresos de Buenos Aires crecieron 7.6% en el cuarto trimestre del 2002, como resultado de incrementos de 3.0% y de 4.1% en el volumen y el precio promedio por caja unidad, respectivamente. En el año 2002, los ingresos de Argentina disminuyeron 8.2%, con una reducción acumulada en volúmenes de 11.0%. Ante esto, consideramos que hemos tenido bastante éxito en contener las pérdidas en Argentina, lo cual resalta la capacidad de Coca-Cola FEMSA para diseñar e implementar estrategias rentables de mercadeo en territorios altamente deprimidos.

La utilidad de operación consolidada de Coca-Cola FEMSA aumentó 12.5% durante el trimestre y 14.6% en el año 2002. Estos resultados reflejan principalmente la reducción de gastos de venta en términos absolutos en México y el hecho de que los gastos administrativos consolidados han permanecido virtualmente sin cambios

como porcentaje de los ingresos a lo largo del año. El margen de operación se expandió 180 puntos base en el trimestre y 200 puntos base en el año 2002, con relación a los ingresos totales.

Eventos Recientes

El 23 de diciembre de 2002, Coca-Cola FEMSA entró en un acuerdo de adquisición con Panamerican Beverages, Inc. (NYSE: PB, "Panamco"). Se espera cerrar la compra durante el segundo trimestre de 2003, sujeta al cumplimiento de ciertas condiciones. Para mayor información sobre el tema de la transacción, por favor consulte la página de Internet de relación con inversionistas de FEMSA en <http://ir.femsa.com>.

Favor de consultar el reporte trimestral de Coca-Cola FEMSA en los anexos. Se notifica que las cifras y comentarios expresados en este reporte no integran operación alguna de Panamco y sus franquicias embotelladoras ni consideraciones de financiamiento relacionadas a la transacción de compra. La adquisición de Panamco por Coca-Cola FEMSA no se ha concluido todavía.

FEMSA Comercio

Durante el cuarto trimestre del 2002 FEMSA Comercio abrió 216 nuevas tiendas Oxxo (neto de tiendas cerradas), terminando así el año con 2,216 tiendas Oxxo en total. Este extraordinario logro ilustra nuestra intención de penetrar y saturar el segmento de tiendas de conveniencia en México tan rápido como sea posible, asegurando las mejores localizaciones. En conjunto, hemos buscado continuamente formas para realzar la propuesta de valor para nuestros clientes, probando atractivas mejoras a nuestras tiendas, tales como máquinas automáticas de café, zonas de comida rápida mejor acondicionadas y refrigeradores abiertos, así como ofreciendo un centro confiable para pagos de varios servicios domésticos.

En el cuarto trimestre del 2002, los ingresos totales de FEMSA Comercio crecieron 20.9% como resultado del crecimiento del espacio de ventas. Las ventas promedio por tiendas maduras comparativas, sin embargo, disminuyeron 1.9% en el trimestre, debido a que la modesta recuperación observada en algunos mercados del norte se descompensó con un deterioro en el clima comercial de las regiones centro y sur. FEMSA Comercio ha mejorado su margen bruto 190 puntos base como resultado de la exitosa práctica de administración por categorías y nuestra creciente habilidad de trabajar en conjunto con nuestros socios proveedores al diseñar promociones y esquemas de precios diferenciados. De esta forma, somos capaces de diseñar nuestras promociones según las necesidades de cada ciudad o de cada estación, permitiendo así un beneficio para nuestros socios proveedores mediante la administración de ingresos. Nuevamente, la absorción de costos y gastos fijos y el uso más eficiente de los centros de distribución, generaron un notable incremento en la utilidad de operación del 57.2%, lo que representa una expansión del margen de operación de 110 puntos base a 4.5% de los ingresos totales en el trimestre.

En el año 2002, los ingresos totales de FEMSA Comercio crecieron 18.7% como resultado de la agresiva expansión de la Cadena Comercial Oxxo, la cual ha añadido 437 tiendas (neto de tiendas cerradas) en este año. Las ventas promedio por tiendas maduras comparativas, sin embargo, disminuyeron 1.6% comparado al periodo correspondiente del 2001, reflejando principalmente el débil desempeño de algunos importantes mercados fronterizos en el norte del país donde hay alta concentración de tiendas Oxxo. Sin embargo, la utilidad de operación de FEMSA Comercio aumentó 44.3% en el 2002. El margen de operación antes de servicios corporativos pagados a FEMSA aumentó 80 puntos base a 4.6% de los ingresos totales.

FEMSA Empaques

FEMSA Empaques cerró el año sólidamente observando aumentos en la demanda de lata de bebidas y botella de vidrio conjugada con el efecto favorable del debilitamiento del peso en sus ingresos en dólares. El incremento en la capacidad utilizada de producción trajo como resultado la absorción de costos fijos sobre un volumen mayor. Por el otro lado, FEMSA Empaques observó una tendencia decreciente en el precio de sus productos, la cual a su vez se ha contenido por la disminución en los precios de sus materias primas.

En el cuarto trimestre del 2002 FEMSA Empaques observó un incremento en ingresos totales de 10.7%, impulsado principalmente por el crecimiento en el volumen de 14.2% y 16.9% en los negocios de botella de vidrio y lata de bebidas, respectivamente. El negocio de botellas de vidrio aumentó sus ventas de botellas a FEMSA Cerveza, no obstante la reducción en ventas a clientes terceros. Las ventas a Coca-Cola FEMSA se comparan con cuarto trimestre del 2001 cuando se efectuó el lanzamiento de la botella de Coca-Cola de 8 onzas, pero aun así muestran un incremento significativo en volumen. Las ventas de lata de bebidas también aumentaron en función de una mayor demanda de FEMSA Cerveza, principalmente vinculada a sus crecientes ventas de lata de 16 onzas. En conjunto, FEMSA Empaques se benefició por una nómina reducida (incluyendo personal de oficina central) y mejores indicadores de productividad en las líneas de operación. La utilidad de operación antes de servicios corporativos aumentó 17.8%, lo que representa una expansión de margen operativo de 80 puntos base a 13.4% de los ingresos totales.

En el año 2002 los ingresos totales de FEMSA Empaques crecieron 0.3%, y la utilidad de operación aumentó 5.0%. Como resultado, el margen operativo de FEMSA Empaques antes del pago de servicios corporativos a FEMSA incrementó 70 puntos base a 15.2% de los ingresos totales del año. La recuperación en rentabilidad se debe en parte a la depreciación del peso frente al dólar durante la segunda mitad del año, lo cual reduce el peso relativo de la estructura de costos denominada en pesos en los negocios de productos metálicos (Famosa, S.A. de C.V.) Además, prácticamente todas las operaciones de FEMSA Empaques han logrado aumentar su productividad conforme se implementan los sistemas de *ERP* en los procesos de producción, lo cual ha permitido reducciones significativas del personal.

Se presentó cierta información financiera auditada de Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V. y subsidiarias (“FEMSA”) para el cuarto trimestre y año completo terminados el 31 de diciembre del 2002, comparada con el cuarto trimestre y año completo terminados el 31 de diciembre del 2001. Somos una empresa tenedora, cuyas principales actividades están agrupadas bajo las siguientes compañías subtenedoras y realizadas por sus respectivas subsidiarias operativas: FEMSA Cerveza, S.A. de C.V. (“FEMSA Cerveza”), la cual se dedica a la producción, distribución, y venta de cerveza; Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. (“Coca-Cola FEMSA”), la cual se dedica a la producción, distribución y venta de refrescos; FEMSA Empaques, S.A. de C.V. (“FEMSA Empaques”), la cual se dedica a la producción y distribución de materiales de empaque; y FEMSA Comercio, S.A. de C.V. (“FEMSA Comercio”), la cual opera tiendas de conveniencia.

Todas las cifras en este reporte están expresadas en pesos mexicanos constantes (“Pesos” o “Ps”) con poder adquisitivo al 31 de diciembre del 2002 y fueron preparadas de acuerdo con Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México (“PCGA México”); por lo tanto, todos los cambios porcentuales están expresados en términos reales. La reexpresión se determinó como sigue:

- Para los resultados de las operaciones en México, utilizando los factores derivados del Índice Nacional de Precios al Consumidor (“INPC”). Para reexpresar los pesos de diciembre del 2001 a pesos de diciembre del 2002, se aplicó un factor de inflación de 1.0570, y para reexpresar los pesos de septiembre del 2002 a pesos de diciembre del 2002, se aplicó un factor de inflación de 1.0169.
- Para los resultados de las operaciones en Buenos Aires, utilizando los factores derivados del Índice Nacional Argentino de Precios al Consumidor. Para reexpresar los pesos argentinos de diciembre del 2001 a pesos argentinos de diciembre del 2002, se aplicó un factor de inflación de 1.4122, y para reexpresar los pesos argentinos de cierre de septiembre del 2002 a pesos argentinos de diciembre del 2002, se aplicó un factor de inflación de 1.0101. Posteriormente para convertir los pesos argentinos a pesos, se aplicó el tipo de cambio al 31 de diciembre del 2002, de 3.1036 pesos por peso argentino.

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.

NOTICIA IMPORTANTE

Los invitamos a registrarse en nuestro sitio de Internet EN ESPAÑOL de Relación con Inversionistas (<http://ri.femsa.com>), para que reciba notificación automática a través de su correo electrónico de todos nuestros boletines de prensa, reportes trimestrales y eventos para inversionistas.

Favor de contactar a Relaciones con Inversionistas de FEMSA si desea que su nombre sea retirado o añadido a esta lista, o bien si desea recibir este comunicado a través de algún medio en específico.

Siguen 4 páginas de tablas y Anexo Comunicado de Prensa de Coca-Cola FEMSA

###



INFORMACIÓN OPERATIVA

Por el cuarto trimestre y los doce meses terminados el 31 de Diciembre de:

FEMSA Cerveza

Volumen de Ventas
(Miles de hectolitros)

	Cuarto Trimestre de:			Por los doce meses de:		
	2002	2001	%Var	2002	2001	%Var
Nacional	5,534	5,608	(1.3)	21,856	22,018	(0.7)
Exportación	407	395	3.0	1,955	1,843	6.1
Total volumen	5,941	6,003	(1.0)	23,811	23,861	(0.2)

Mezcla por Presentación (%)

	Cuarto Trimestre de:			Por los doce meses de:		
	2002	2001	Var p.p.	2002	2001	Var p.p.
Retornable	69.0	71.7	(2.7)	69.5	71.8	(2.3)
No Retornable	8.6	7.3	1.3	8.0	7.0	1.0
Lata	22.4	21.0	1.4	22.5	21.2	1.3
Total volumen	100.0	100.0	-	100.0	100.0	-

Ingresos exportación Millones Ps.	271.9	252.4	7.7	1,275.9	1,230.0	3.7
US Millones	26.4	25.8	2.3	127.4	122.8	3.7

Coca-Cola FEMSA

Volumen de Ventas
(Millones de cajas unidad)

	Cuarto Trimestre de:			Por los doce meses de:		
	2002	2001	%Var	2002	2001	%Var
Valle de México	96.8	92.0	5.2	378.3	356.3	6.2
Sureste	32.3	30.4	6.3	126.4	121.6	3.9
México	129.1	122.4	5.5	504.7	477.9	5.6
Buenos Aires	35.9	34.8	3.0	115.6	129.9	(11.0)
Total	165.0	157.2	4.9	620.3	607.8	2.1

Mezcla por Presentación (%)

(Retornable / No retornable)	2002	2001	2002	2001
Valle de México	30/70	37/63	34/66	39/61
Sureste	44/56	42/58	44/56	45/55
México	34/66	38/62	36/64	41/59
Buenos Aires	19/81	4/96	12/88	6/94
Total	30/70	31/69	32/68	33/67

FEMSA Empaque

Volumen de Ventas Total
(Millones de piezas)

	Cuarto Trimestre de:			Por los doce meses de:		
	2002	2001	%Var	2002	2001	%Var
Latas	784	671	16.9	3,000	2,808	6.8
Hermetapas	3,307	3,354	(1.4)	14,287	14,028	1.8
Botellas	298	261	14.2	1,053	972	8.3
Volumen Exportación Latas	147	52	185.7	432	217	99.0
Hermetapas	1,793	1,748	2.6	7,866	7,154	10.0
Ventas exportación: Millones Ps.	207.7	145.8	42.5	720.4	642.1	12.2
US Millones	20.2	14.9	35.6	71.7	63.8	12.4

Porcentaje de ventas por cliente
cliente:

	Cuarto Trimestre de:			Por los doce meses de:		
	2002	2001	Var p.p.	2002	2001	Var p.p.
Ventas intercompañías	54.2	57.8	(3.6)	58.3	56.4	1.9
FEMSA Cerveza	37.3	40.1	(2.8)	40.9	43.5	(2.6)
Coca-Cola FEMSA	16.9	17.7	(0.8)	17.4	12.9	4.5
Ventas a terceros	45.8	42.2	3.6	41.7	43.6	(1.9)
Nacional	33.3	33.1	0.2	30.6	34.1	(3.5)
Exportación	12.5	9.1	3.4	11.1	9.5	1.6
Total	100.0	100.0		100.0	100.0	

FEMSA Comercio

	Cuarto Trimestre de:			Por los doce meses de:		
	2002	2001	%Var	2002	2001	%Var
Tiendas totales				2,216	1,779	24.6
Tiendas nuevas	216	103	109.7	437	328	33.2
Tiendas maduras comparativas: (1)						
Vtas prom. mensuales por tienda (Miles de pesos) (2)	541.5	551.8	(1.9)	554.1	563.0	(1.6)

(1) Tiendas con mas de 18 meses en operación.

(2) Calculado sobre el número de tiendas maduras comparativas existente en cada periodo



Estado de Resultados
Por el cuarto trimestre de:
Millones de pesos al 31 de Diciembre del 2002

	FEMSA Cerveza		Coca-Cola FEMSA		FEMSA Empaques		FEMSA Comercio		FEMSA Logística		FEMSA Consolidado	
	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001
Ventas Netas	5,104.2	5,190.8	4,478.5	4,268.4	1,707.5	1,544.1	3,400.8	2,812.2	347.4	375.5	13,554.0	12,720.0
Ingresos de Operación	66.9	34.6	28.8	30.9	5.2	2.8	0.0	0.2	(0.5)	2.1	61.0	36.0
Ingresos Totales	5,171.1	5,225.4	4,507.3	4,299.3	1,712.7	1,546.9	3,400.8	2,812.4	346.9	377.6	13,615.0	12,756.0
Costo Ventas	2,249.3	2,232.7	2,127.0	1,938.3	1,313.6	1,220.7	2,446.3	2,076.0	303.3	333.8	6,905.0	6,298.0
Margen Operación	2,921.8	2,992.7	2,380.3	2,361.0	399.1	326.2	954.5	736.4	43.6	43.8	6,710.0	6,458.0
Gastos Administración	522.6	528.3	366.6	333.8	53.9	40.0	76.8	57.2	14.3	31.9	1,132.9	1,083.2
Gastos Venta	1,474.0	1,504.7	836.4	960.6	115.2	91.0	725.4	582.3	0.0	0.0	3,158.0	3,140.0
Serv pagados a Labatt	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	29.0	31.7
Amortización del Goodwill	0.0	0.0	5.1	24.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.1	24.2
Gastos Operación	1,996.6	2,033.0	1,208.1	1,318.6	169.1	131.0	802.2	639.5	14.3	31.9	4,325.0	4,279.0
Utilidad Operación	925.2	959.7	1,172.2	1,042.4	230.0	195.2	152.3	96.9	29.3	11.9	2,385.0	2,179.0
Participación en Asociadas	58.2	35.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	58.0	36.0
Uafir Comparable	983.4	995.0	1,172.2	1,042.4	230.0	195.2	152.3	96.9	29.3	11.9	2,443.0	2,215.0
Servicios Corporativos	96.6	105.5	0.0	0.0	26.0	23.1	26.2	48.5	0.0	0.0	0.0	0.0
UAFIR	886.8	889.5	1,172.2	1,042.4	204.0	172.1	126.1	48.4	29.3	11.9	2,443.0	2,215.0
Depreciación	265.2	229.9	116.5	151.4	83.8	57.7	26.4	22.8	8.0	9.3	501.0	475.7
Cargos Virtuales	394.3	286.4	95.0	106.0	28.9	22.8	22.1	26.4	1.1	1.3	556.3	450.7
Ebitda	1,546.3	1,405.8	1,383.7	1,299.8	316.7	252.6	174.6	97.6	38.4	22.5	3,500.3	3,141.4

Comparable

UAFIR / Ingresos totales	19.0	19.0	26.0	24.2	13.4	12.6	4.5	3.4	8.4	3.2	17.9	17.4
EBITDA / Ingresos totales	31.8	28.9	30.7	30.2	20.0	17.8	5.9	5.2	11.1	6.0	25.7	24.6

Total

UAFIR / Ingresos totales	17.1	17.0	26.0	24.2	11.9	11.1	3.7	1.7	8.4	3.2	17.9	17.4
EBITDA / Ingresos totales	29.9	26.9	30.7	30.2	18.5	16.3	5.1	3.5	11.1	6.0	25.7	24.6

Inv activo fijo	894	874	557	310	106	24	327	485	20	10	1,875	1,712
------------------------	-----	-----	-----	-----	-----	----	-----	-----	----	----	-------	-------



Estado de Resultados
Por los doce meses de:
Millones de pesos al 31 de Diciembre del 2002

	FEMSA Cerveza		Coca-Cola FEMSA		FEMSA Empaques		FEMSA Comercio		FEMSA Logística		FEMSA Consolidado	
	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001
Ventas Netas	20,631.9	20,550.7	17,491.6	16,612.3	6,581.2	6,569.0	12,739.5	10,730.6	1,454.8	1,532.1	52,746.0	49,952.0
Ingresos de Operación	182.7	152.1	128.5	117.2	18.0	7.7	0.0	0.9	2.8	8.2	195.0	145.0
Ingresos Totales	20,814.6	20,702.8	17,620.1	16,729.5	6,599.2	6,576.7	12,739.5	10,731.5	1,457.6	1,540.3	52,941.0	50,097.0
Costo Ventas	8,926.4	8,926.7	8,130.1	7,737.8	4,994.3	5,056.5	9,366.5	7,976.3	1,249.2	1,329.1	26,364.0	24,871.0
Margen Operación	11,888.2	11,776.1	9,490.0	8,991.7	1,604.9	1,520.2	3,373.0	2,755.2	208.4	211.2	26,577.0	25,226.0
Gastos Administración	2,175.0	2,190.2	1,396.7	1,287.2	185.8	176.1	244.5	231.9	89.6	112.5	4,504.2	4,383.4
Gastos Venta	5,859.7	5,879.1	3,616.0	3,730.9	414.5	387.4	2,546.0	2,119.6	0.0	0.0	12,511.0	12,118.0
Serv pagados a Labatt	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	117.5	123.9
Amortización del Goodwill	0.0	0.0	37.3	100.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	37.3	100.7
Gastos Operación	8,034.7	8,069.3	5,050.0	5,118.8	600.3	563.5	2,790.5	2,351.5	89.6	112.5	17,170.0	16,726.0
Utilidad Operación	3,853.5	3,706.8	4,440.0	3,872.9	1,004.6	956.7	582.5	403.7	118.8	98.7	9,407.0	8,500.0
Participación en Asociadas	84.1	32.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	84.0	33.0
Uafir Comparable	3,937.6	3,739.5	4,440.0	3,872.9	1,004.6	956.7	582.5	403.7	118.8	98.7	9,491.0	8,533.0
Servicios Corporativos	391.8	413.1	0.0	0.0	99.3	101.3	95.7	106.3	0.0	0.0	0.0	0.0
UAFIR	3,545.8	3,326.4	4,440.0	3,872.9	905.3	855.4	486.8	297.4	118.8	98.7	9,491.0	8,533.0
Depreciación	1,113.6	990.3	520.9	594.6	262.2	244.8	89.9	80.8	32.6	36.5	2,025.5	1,958.8
Cargos Virtuales	1,396.1	1,174.1	454.3	471.8	80.2	53.1	94.6	87.9	4.1	4.4	2,065.7	1,815.3
Ebitda	6,055.5	5,490.8	5,415.2	4,939.3	1,247.7	1,153.3	671.3	466.1	155.5	139.6	13,582.2	12,307.1

Comparable

UAFIR / Ingresos totales	18.9	18.1	25.2	23.2	15.2	14.5	4.6	3.8	8.2	6.4	17.9	17.0
EBITDA / Ingresos totales	31.0	28.5	30.7	29.5	20.4	19.1	6.0	5.3	10.7	9.1	25.7	24.6

Total

UAFIR / Ingresos totales	17.0	16.1	25.2	23.2	13.7	13.0	3.8	2.8	8.2	6.4	17.9	17.0
EBITDA / Ingresos totales	29.1	26.5	30.7	29.5	18.9	17.5	5.3	4.3	10.7	9.1	25.7	24.6

Inv activo fijo	3,166	3,533	1,341	956	245	91	824	615	12	117	5,533	5,314
------------------------	-------	-------	-------	-----	-----	----	-----	-----	----	-----	-------	-------

Deuda neta millones dls.	140	172	(286)	(162)	154	126	56	44	(6)	(4)	(72)	108
---------------------------------	-----	-----	-------	-------	-----	-----	----	----	-----	-----	------	-----



ESTADO DE RESULTADOS CONSOLIDADO

Por el cuarto trimestre y por los doce meses terminados el 31 de Diciembre de:

(Millones de Pesos constantes del 31 de Diciembre del 2002)

	Cuarto Trimestre de:			Por los doce meses de:		
	2002	2001	%Var	2002	2001	%Var
Ventas netas	13,554	12,720	6.6	52,746	49,952	5.6
Otros ingresos de operación	61	36	69.4	195	145	34.5
Total ingresos	13,615	12,756	6.7	52,941	50,097	5.7
Costo de ventas	6,905	6,298	9.6	26,364	24,871	6.0
Utilidad bruta	6,710	6,458	3.9	26,577	25,226	5.4
Gastos de administración	1,167	1,139	2.5	4,659	4,608	1.1
Gastos de venta	3,158	3,140	0.6	12,511	12,118	3.2
Gastos de operación	4,325	4,279	1.1	17,170	16,726	2.7
	2,385	2,179	9.5	9,407	8,500	10.7
Part. en asociadas	58	36		84	33	
Utilidad de operación	2,443	2,215	10.3	9,491	8,533	11.2
Gasto financiero	(265)	(221)	19.9	(906)	(948)	(4.4)
Producto financiero	142	103	37.9	446	476	(6.3)
Gasto financiero, neto	(123)	(118)	4.2	(460)	(472)	(2.5)
Fluctuación cambiaria (Pérdida) Utilidad	(41)	219	N.S	(325)	230	N.S
Ganancia (Pérdida) por posición monetaria	(29)	(43)	(32.6)	389	(40)	N.S.
Costo integral de financiamiento	(193)	58	N.S	(396)	(282)	40.4
Otros (gastos) productos	(171)	(138)	23.9	(456)	(297)	53.5
Ajuste al Valor del Crédito Mercantil	-	-	-	(402)	-	100.0
Utilidad antes de impuestos	2,079	2,135	(2.6)	8,237	7,954	3.6
Impuestos	862	437	97.3	3,624	2,945	23.1
Cambio en política contable	-	-	-	-	(29)	
Utilidad neta total	1,217	1,698	(28.3)	4,613	4,980	(7.4)
Utilidad mayoritaria	725	1,183	(38.7)	2,837	3,393	(16.4)
Utilidad minoritaria	492	515	(4.5)	1,776	1,587	11.9

	% Ingresos Totales			% Ingresos Totales		
	2002	2001	Var P.P.	2002	2001	Var P.P.
Ventas netas	99.6	99.7	(0.1)	99.6	99.7	(0.1)
Otros ingresos de operación	0.4	0.3	0.1	0.4	0.3	0.1
Total ingresos	100.0	100.0	-	100.0	100.0	-
Costo de ventas (1)	50.9	49.5	1.4	50.0	49.8	0.2
Utilidad bruta (1)	49.5	50.8	(1.3)	50.4	50.5	(0.1)
Gastos de administración	8.6	8.9	(0.3)	8.8	9.2	(0.4)
Gastos de venta	23.2	24.6	(1.4)	23.6	24.2	(0.6)
Gastos de operación	31.8	33.5	(1.7)	32.4	33.4	(1.0)
	17.5	17.1	0.4	17.8	17.0	0.8
Part. en asociadas	0.4	0.3	0.1	0.2	0.1	0.1
Utilidad de operación	17.9	17.4	0.5	17.9	17.0	0.9

(1) Calculado a ventas netas

BALANCE GENERAL

Al 31 de Diciembre de:

ACTIVOS	2002	2001	% Var
Efectivo y valores de realiz inmediat:	14,556	7,619	91.0
Cuentas por cobrar	3,132	3,392	(7.7)
Inventarios	4,867	4,413	10.3
Pagos anticipados	944	567	66.5
Total Activo Circulante	23,499	15,991	47.0
Propiedad, planta y equipo, neto	29,753	28,849	3.1
Cargos diferidos y otros	6,752	6,296	7.2
TOTAL ACTIVOS	60,004	51,136	17.3

PASIVOS Y CAPITAL CONTABLE

Prestamos bancarios C.P.	3,127	1,198	161.0
Vencimientos del pasivo L.P. a C.P.	876	367	138.7
Intereses por pagar	152	162	(6.2)
Pasivo de operación	7,639	6,979	9.5
Total Pasivo Circulante	11,794	8,706	35.5
Prestamos bancarios L.P.	9,803	7,117	37.7
Obligaciones laborales	1,072	800	34.0
Impuestos Diferidos y otros	4,522	4,508	0.3
Total Pasivos	27,191	21,131	28.7
Total Capital Contable	32,813	30,005	9.4
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	60,004	51,136	17.3

Inversión en activo fijo

Millones de pesos	5,533	5,314	4.1
Millones de dolares	529	579	(8.6)

RAZONES FINANCIERAS

	Var P.P.		
Liquidez	1.99	1.84	0.15
Cobertura de intereses (2)	(29.53)	(26.07)	(3.46)
Cobertura de deuda (3)	(0.06)	0.08	(0.14)
Apalancamiento	83%	70%	13%
Capitalización	32%	23%	9%

(1) Calculado a ventas netas

(2) Ut operación + depreciación + otros cargos virtuales / gastos financieros, neto

(3) Ut operación + depreciación + otros cargos virtuales / deuda neta

La deuda neta al 31 de diciembre de 2002 fue negativa.

COMUNICADO DE PRENSA



PARA PUBLICACIÓN INMEDIATA
PARA MAYOR INFORMACIÓN:
Alfredo Fernández / Julieta Naranjo
Departamento de Relaciones con Inversionistas
Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V.
(52-555) 081-5120, (52-555) 081-5121
afernandeze@kof.com.mx
Página WEB: www.cocacola-femsa.com.mx

COCA-COLA FEMSA anuncia un 14.6% de crecimiento en la utilidad operativa del año 2002.

AÑO 2002

- El volumen de venta consolidado creció 2.1%, como consecuencia de un incremento de 4.3% en las operaciones en México¹, que compensó el decrecimiento de 11.0% en los territorios argentinos.
- La utilidad de operación consolidada creció 14.6% alcanzando los Ps. 4,440.0 millones, logrando un margen operativo consolidado del 25.2%, un incremento de 3.5 puntos porcentuales respecto al año 2001. Este incremento se produjo principalmente por el crecimiento de 15.5% de la utilidad operativa en los territorios mexicanos.
- La utilidad consolidada antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización (flujo operativo)² creció 9.6% respecto al año 2001, alcanzando la cifra de Ps. 5,415.2 millones.
- Excluyendo el cargo virtual extraordinario³ registrado durante el tercer trimestre de 2002, la utilidad neta consolidada incrementó 34.7%, alcanzando Ps. 2,965.9 millones, dando como resultado una utilidad por acción (UPA) de Ps. 2.081 (U.S.\$1.99 por ADR).

CUARTO TRIMESTRE DE 2002

- El volumen de ventas consolidado incrementó 4.9% como consecuencia de un incremento en volumen de ventas del 5.5% y del 3.0% en las operaciones mexicanas y de Buenos Aires, respectivamente.
- La utilidad de operación consolidada creció 12.5% alcanzando los Ps. 1,172.3 millones, alcanzando un margen operativo consolidado del 26.0%, un incremento de 1.8 puntos porcentuales en comparación con el cuarto trimestre del año 2001, debido principalmente al 12.4% de incremento en la utilidad operativa en nuestras operaciones en México y a la utilidad operativa positiva de A\$8.5 millones en Argentina.
- El flujo operativo creció 6.5% respecto al cuarto trimestre de 2001, alcanzando la cifra de Ps. 1,383.8 millones.
- La utilidad neta consolidada incrementó 7.3%, alcanzando Ps. 738.5 millones, dando como resultado una utilidad por acción (UPA) de Ps. 0.518 (U.S.\$0.496 por ADR).

Ciudad de México (19 de Febrero de 2003) - Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. (NYSE: KOF) (“KOF” o la “Compañía”), un embotellador ancla del sistema Coca-Cola y el embotellador más grande de Coca-Cola en México y Argentina, anunció hoy sus resultados consolidados para el año finalizado el 31 de Diciembre de 2002. “Gracias a nuestro superior portafolio de productos existentes y a los nuevos productos de la marca Coca-Cola, a nuestro manejo de ingresos y a nuestras estrategias de empaques, a nuestra efectiva ejecución del mercado y a nuestra flexibilidad operativa, los volúmenes de ventas mexicanas de nuestra compañía sobrepasaron los 500 millones de cajas unidad por primera vez en nuestra historia. Además, incrementamos la presencia de nuestra compañía y preservamos la rentabilidad en Argentina, a pesar del complicado entorno económico”, comentó Carlos Salazar, Director General de la Compañía.

1 Excluye Kin light. Nosotros distribuimos productos en polvo bajo la marca registrada de Coca-Cola, Kin light, un producto de diferentes sabores bajo en calorías.

2 Utilidad Neta antes de pago de intereses, impuestos, depreciación, amortización y otros cargos no operativos. El Flujo Operativo es utilizado por la Compañía como un indicador de desempeño adicional y no sustituye medidas tales como Flujo de Caja y Utilidad Operativa definidos y requeridos por los principios contables generalmente aceptados en Estados Unidos.

3 Ver Ajustes al Crédito Mercantil de Argentina, pág 17.

RESULTADOS CONSOLIDADOS

Durante 2002, el volumen de ventas consolidado fue de 620.3 millones de cajas unidad (MCU)⁴, una mejora del 2.1% respecto al año 2001. El crecimiento de volumen de 4.2% (excluyendo productos en polvo) en nuestras operaciones mexicanas compensó el decrecimiento de 11% de nuestro volumen de ventas en Argentina. La utilidad de operación consolidada del año 2002 creció 14.6% respecto a 2001.

El flujo operativo consolidado creció 9.6% alcanzando los Ps. 5,415.2 millones durante el año 2002 en comparación con el año 2001. El margen del flujo operativo creció ligeramente a 30.7% en comparación con el 30.2% del año 2001. Este crecimiento se debió principalmente a una mayor absorción de costos fijos debido al crecimiento del volumen durante el año, a los incrementos de precios implementados durante el primer trimestre del 2002 en nuestras operaciones del Valle de México y al incremento promedio ponderado de precios del 67% implementado en Argentina durante el año.

El costo integral de financiamiento pasó de una pérdida de Ps. 143.3 millones en 2001 a una ganancia de Ps. 501.2 millones en 2002 debido principalmente a 2 razones. La primera, la ganancia cambiaria generada por el impacto de la depreciación del peso mexicano contra el dólar estadounidense y la devaluación del peso argentino en nuestras operaciones de caja denominadas en dólares estadounidenses en México y Argentina respectivamente, que compensaron el impacto de la devaluación del peso mexicano contra el dólar americano, aplicados a nuestros pasivos en U.S. dólares no cubiertos e incurridos por la adquisición de Coca-Cola FEMSA de Buenos Aires (“KOFBA”)⁵. La segunda razón fue que la ganancia en posición monetaria ascendió a Ps. 385.5 millones. Esta ganancia fue generada principalmente como resultado de la tasa de inflación en el año 2002 aplicada a nuestra posición monetaria neta en México y Argentina.

Desde Julio de 2002, dejamos de utilizar nuestra inversión en KOFBA como cobertura para los pasivos incurridos en relación con esta adquisición debido al hecho de que nuestras actuales operaciones argentinas 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 U.S. dólar. El Comité de Auditoría de nuestro Consejo de Administración apoyó esta determinación.

Otros gastos incrementaron significativamente desde Ps. 37.3 millones en 2001 hasta Ps. 534.3 millones en 2002, debido a Ps. 401.8 millones de amortización del crédito mercantil reconocidos durante el tercer trimestre de 2002.

Los impuestos sobre la renta, impuesto al activo, y participación de las utilidades a los trabajadores crecieron desde Ps.1,461.1 millones en 2001 hasta Ps.1,842.9 millones en 2002. Los impuestos sobre la renta, impuesto al activo, y participación de las utilidades a los trabajadores consolidado de la Compañía, excluyendo el cargo virtual extraordinario, decrecieron desde un 39.6% en 2001 hasta un 38.3% en 2002.

Excluyendo cargos virtuales extraordinarios, la utilidad neta consolidada creció 34.7% hasta los Ps. 2,965.9 millones, resultando en una utilidad por acción (UPA) de Ps. 2.081 (U.S.\$ 1.99 por ADR). Incluyendo los cargos virtuales extraordinarios, la utilidad neta consolidada creció 16.4% hasta Ps. 2,564.0 millones, resultando en una utilidad por acción (UPA) de Ps. 1.80 (U.S.\$ 0.17 por ADR).

BALANCE GENERAL

Al 31 de Diciembre de 2002, Coca-Cola FEMSA registró un saldo de efectivo de Ps.6,171 millones (\$590.02 millones de U.S. dólares) y una deuda bancaria total de Ps.3,179 millones (\$303.9 millones de U.S. dólares). En comparación con el 31 de Diciembre de 2001, esto representa un incremento del saldo en efectivo de Ps. 1,648 millones (U.S.\$157.6 millones).

⁴ Una caja unidad es equivalente a 24 botellas de 8 oz.

⁵ Al 30 de Junio de 2002, el monto total de financiamiento que fue utilizado para adquirir KOFBA de aproximadamente U.S.\$300 millones. De acuerdo a los Principios Contables de México la inversión en KOFBA fue designada como cobertura. La inversión neta en KOFBA totalizó U.S.\$118.1 millones, siendo esta la cantidad máxima que debe ser considerada como cubierta actualmente; como consecuencia los pasivos no cubiertos totalizaron U.S.\$181.5 millones

RESULTADOS DE LA OPERACIÓN EN MÉXICO

Ingresos

Los ingresos de los territorios mexicanos alcanzaron Ps. 16,198.5 millones en 2002 y Ps. 4,066.2 millones en el cuarto trimestre de 2002, representando un incremento de 6.7% y 4.7% respectivamente. Excluyendo productos en polvos, el volumen de ventas durante el año alcanzó Ps. 498.4 millones de cajas unidad (MCU), un incremento de 4.3% respecto al año 2001. El volumen de ventas del cuarto trimestre de 2002 alcanzó los 129.1 MCU un incremento de 5.5% respecto al cuarto trimestre de 2001.

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

	Excluye <i>Kin light</i>		Incluye <i>Kin light</i>	
	Total	% Crecimiento	Total	% Crecimiento
Volumen de Ventas (MCU).....	498.4	4.3	504.7	5.6
Precio Prom. Unitario..... Ps.	32.37	2.3	Ps. 31.97	1.1

Durante el año 2002, promocionamos productos en polvo bajo la marca registrada de Coca-Cola, *Kin light*, un producto de diferentes sabores bajo en calorías, con el objetivo de examinar mejor el potencial de esta categoría y evaluar los patrones de consumo y las estrategias de precio. El volumen de *Kin light* vendido durante el cuarto trimestre de 2002 fue insignificante.

El incremento del volumen de ventas de un 5.6% en los Territorios Mexicanos durante 2002 fue principalmente el resultado de (i) el sólido desempeño de *Mundet*, (ii) el volumen de ventas de 23.9 MCU de *Ciel* agua natural y mineral, un 27.4% de incremento respecto al año 2001, (iii) el lanzamiento de nuevos productos como *Beat*, *Mickey Aventuras* y *Nestea*, y (iv) el continuo esfuerzo encaminado a mantener y mejorar la presencia de los productos de las marca *Coca-Cola*.

Utilidad Bruta

La utilidad bruta creció 8.4% y 1.5% para el año completo y el cuarto trimestre de 2002, respectivamente. Como porcentaje a ventas totales, el costo de ventas consolidado disminuyó 0.9 puntos porcentuales durante el año 2002, como resultado de la mayor absorción de costos fijos.

Utilidad de Operación

Como porcentaje de las ventas totales, los gastos administrativos y de ventas decrecieron para el año y el cuarto trimestre de 2002 1.2 y 3.6 puntos porcentuales, respectivamente, en comparación con 2001, reflejando una mejora de las operaciones y el hecho de que los gastos de administración permanecieron estables.

La combinación del aumento de volúmenes de ventas, menor costo de ventas por caja unidad y menores gastos de ventas y administración, produjo un incremento de la utilidad operativa de 15.5% en 2002 y 12.4% durante el cuarto trimestre de 2002, alcanzando unos márgenes operativos de 27.3% y 25.2% para el año 2002 y el cuarto trimestre de 2002, respectivamente.

El flujo operativo alcanzó los Ps. 5,182.8 millones (U.S.\$ 495.5 millones), un incremento del 10.3% respecto a 2001. El margen del flujo operativo incrementó de 30.4% en el 2001 a 32.0% en el 2002. Durante el cuarto trimestre de 2002, el flujo operativo fue de Ps. 1,306.7 millones (U.S.\$124.9 millones), un incremento de 6.0% respecto al período comparable de 2001.

RESULTADOS DE LA OPERACIÓN EN ARGENTINA

Volumen de Ventas

El volumen total de ventas en nuestro territorio de Buenos Aires en 2002 decreció 11% en comparación con el año 2001, a pesar de la incertidumbre económica en esa región y de nuestra caída del volumen de ventas del 15% durante los nueve primeros meses de 2002. La exitosa introducción de nuestra nueva presentación de 1.25 litros de vidrio retornable para *Coca-Cola*, *Sprite* y *Fanta* favoreció nuestro crecimiento de volumen de 3.0% durante el cuarto trimestre de 2002 comparado con el mismo periodo de 2001.

Nuestros precios promedios por caja unidad en pesos argentinos crecieron un 2.1% durante 2002 y un 4.1% durante el cuarto trimestre de 2002, debido a los incrementos de precios implementados durante el año que compensaron el efecto de la inflación y los menores precios por caja unidad generados por el cambio hacia las presentaciones retornables. Aunque nuestro volumen de ventas decreció 11% durante 2002, nuestras ventas netas decrecieron solo un 8.2% como resultado del incremento de precios.

Utilidad Bruta

La utilidad bruta decreció un 28.6% y un 8.4% para el año 2002 y el cuarto trimestre de 2002, respectivamente. Estas reducciones se debieron fundamentalmente a un menor volumen de ventas, a una menor absorción de costos fijos, a precios de materias primas más altos y a mayores cargos virtuales en pesos argentinos de nuestros activos denominados en U.S. dólares.

Utilidad de Operación

En Argentina, los gastos de ventas decrecieron 25.8% y 5.3% para el año y el cuarto trimestre de 2002, respectivamente. Como porcentaje de las ventas netas, para el año y cuarto trimestre de 2002, los gastos de ventas se redujeron 5.8 y 3.0 puntos porcentuales, debido a menores gastos de mercadotecnia y optimizaciones de personal con ajustes en salarios.

Los gastos de administración en Argentina crecieron 17.6% y 42.4% para el año y cuarto trimestre de 2002, respectivamente, debido a cargos mayores por depreciación en pesos argentinos relativos a nuestros activos denominados en moneda extranjera y contratos de arrendamiento para equipos de computo denominados en dólares .

A pesar del entorno económico adverso en Argentina y como resultado del diseño de la estrategia comercial y los esfuerzos de optimización de costos, alcanzamos una utilidad operativa positiva de A\$13.1 millones durante 2002 y de A\$8.5 en el cuarto trimestre de 2002. El flujo operativo para el año 2002 y para el cuarto trimestre 2002 fue de A\$74.9 millones y A\$24.8 millones, respectivamente, alcanzando un margen de 17.1%, un incremento de 1.0 punto porcentual comparado con el mismo periodo de 2001.

AJUSTES AL CREDITO MERCANTIL DE ARGENTINA

Debido a la incertidumbre e inestabilidad del entorno económico en Argentina durante el cuarto trimestre de 2002 dimos de baja A\$129.5 millones (U.S.\$38.4 millones) relacionados con el crédito mercantil generado por la adquisición de los territorios de KOFBA como un cargo virtual extraordinario en nuestro estado de resultados consolidado. Este cambio, combinado con anteriores ajustes realizados durante la primera mitad de 2002, da como resultado un valor neto de nuestros activos en nuestra subsidiaria argentina de.

Dado el entorno económico actual que prevalece en Argentina, creemos que la inversión neta actual de nuestra subsidiaria en Argentina se encuentra razonablemente valuada (A\$288.6 millones, U.S.\$85.6 millones) y no anticipamos reconocer ajustes adicionales en el futuro. De acuerdo con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México, el valor remanente del crédito mercantil lo seguiremos amortizando en el estado de resultados. Como resultado, el crédito mercantil consolidado al 31 de Diciembre de 2002 fue de A\$49.0 millones.

EVENTOS RECIENTES

- El 23 de diciembre de 2002, entramos en un acuerdo de adquisición con Panamerican Beverages (NYSE: PB). Esperamos cerrar la compra durante el segundo trimestre de 2003, sujeta al cumplimiento de ciertas condiciones.
- Durante el 2002, lanzamos los siguientes productos en los territorios de México:
 - Una presentación de 2.5 lt. PET retornable de *Coca-Cola*, con el objetivo de incrementar el consumo per cápita y de reforzar los puntos de precio de nuestras marcas principales en presentaciones familiares, ofreciendo a nuestros consumidores un producto más accesible y conveniente.
 - Una presentación de 1.75 lt. PET no-retornable para Fanta en multi-sabores (tamarindo, fresa, mandarina y durazno), para capturar una mayor presencia de nuestros sabores en los autoservicios tipo Bodega.

- Siguiendo con nuestra estrategia integral de agua embotellada desarrollada junto con The Coca-Cola Co., lanzamos *Ciel* agua natural en presentaciones de 1.0 Lt. PET no-retornable con tapa deportiva y una presentación de 12 oz PET no-retornable, dirigida a restaurantes.
- Respecto a la demanda de la Comisión Federal de Competencia “CFC” previamente anunciada, en relación a las prácticas de exclusividad en la industria de refrescos en México, la Compañía, de acuerdo a la Ley Mexicana Federal de Competencia, interpuso un recurso de apelación a la decisión adoptada por la CFC. Debido a que el procedimiento legal fue desfavorable para la Compañía, interpusimos nuevamente un recurso de apelación, el cual actualmente esta llevándose a cabo ante el Tribunal Federal en México. La Compañía no considera que una decisión desfavorable pueda tener un impacto material en sus resultados financieros.

CAMBIO EN POLITICA DE EXPECTATIVAS

Después de una cuidadosa revisión y análisis, la Compañía no seguirá presentando expectativas de crecimiento en utilidad operativa y volumen. Consideramos que establecer expectativas de corto plazo puede provocar una confusión en las iniciativas estratégicas que estamos desarrollando para la expansión y crecimiento de nuestro negocio en el largo plazo. Creemos que la medición de nuestros logros se debe hacer en función de los resultados obtenidos.

Esta decisión no afectará nuestro continuo compromiso de mantener informada a la comunidad financiera, lo que siempre nos ha distinguido dentro de nuestra industria.

INFORMACIÓN PARA LA CONFERENCIA TELEFÓNICA

La Conferencia telefónica del cuarto trimestre del 2002 tendrá lugar el miércoles 19 de febrero de 2003 a las 9:30 a.m. E.T (8:30 hora de México). Para participar en la Conferencia telefónica, favor de marcar: U.S. locales: 800-299-9086. Internacional: 617-786-2903.

Si usted no puede participar en la Conferencia en tiempo real, una repetición instantánea de la misma estará disponible hasta el 3 de Marzo de 2003. Para escuchar las repetición, por favor marcar: U.S. locales: 888-286-8010. Internacional: 617-801-6888. Contraseña: 15550813.



Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. produce *Coca-Cola*, *Sprite*, *Fanta*, *Lift* y otros productos de marcas de The Coca-Cola Company en el Valle de México y el Territorio del Sureste en México y en el territorio de Buenos Aires en Argentina. La compañía cuenta con ocho plantas embotelladoras en México y una en Buenos Aires y atiende a más de 283,650 detallistas en México y 76,400 detallistas en el área metropolitana de Buenos Aires. Coca-Cola FEMSA actualmente representa aproximadamente el 3.3% de las ventas globales de Coca-Cola, 25.6% de todas las ventas de Coca-Cola en México y aproximadamente el 36.5% de todas las ventas de Coca-Cola en Argentina. The Coca-Cola Company posee una participación del 30% en el capital de Coca-Cola FEMSA.



Las cifras de las operaciones de la Compañía en México y de sus operaciones internacionales consolidadas fueron preparadas de acuerdo a los principios de contabilidad generalmente aceptados en México (principios mexicanos). Las cifras de las operaciones de la compañía en Argentina fueron preparadas de acuerdo a los principios de contabilidad generalmente aceptados en Argentina. Todas las cifras están expresadas en pesos mexicanos constantes con poder adquisitivo al 31 de diciembre de 2002. Para fines de comparación las cifras de la compañía en sus operaciones en Argentina para 2001 y 2002, han sido re-expresadas tomando en cuenta la inflación argentina con referencia al índice de precios al consumidor en Argentina y convertidas de pesos argentinos a pesos mexicanos usando el tipo de cambio al 31 de diciembre de 2002, de Ps. 3.370 por A\$1.00 peso argentino. Además, todas las comparaciones para el cuarto trimestre de 2002 y año terminado al 31 de diciembre de 2002 contenidos en este reporte han sido hechas contra cifras del periodo comparable, el cuarto trimestre de 2001 y año 2002, a menos que se indique lo contrario.

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 gerencia 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.

Referencias a “US\$” son a dólares americanos. Este comunicado de prensa contiene conversiones de ciertas cifras en pesos a dólares americanos 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 estadounidenses o que pueden ser convertidas según las tasas indicadas.



(Siguen 4 páginas de tablas)

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

ESTADO DE RESULTADOS

Por los tres meses terminados el 31 de diciembre de 2002 y 2001

Expresado en Pesos de Poder Adquisitivo al 31 de diciembre de 2002

	Consolidado			Operaciones en México			Operaciones en Buenos Aires		
	(Millones de Pesos Mexicanos) (1)						(Millones de Pesos Argentinos) (1)		
	2002	2001	% VAR	2002	2001	% VAR	2002	2001	% VAR
Volumen (millones de c.u.)	165.0	157.2	4.9	129.1	122.4	5.5	35.9	34.8	3.0
Precio promedio	27.15	27.15	-	31.41	31.64	(0.8)	3.81	3.66	4.1
Ventas netas	4,478.5	4,268.4	4.9	4,054.9	3,873.3	4.7	136.5	127.3	7.2
Otros ingresos de operación	28.8	30.9	(6.8)	11.3	15.9	(28.9)	5.6	4.8	16.7
Ingresos totales	4,507.3	4,299.3	4.8	4,066.2	3,889.2	4.6	142.1	132.1	7.6
Costo de ventas	2,127.0	1,938.3	9.7	1,838.1	1,694.6	8.5	93.0	78.5	18.5
Utilidad bruta	2,380.3	2,361.0	0.8	2,228.1	2,194.6	1.5	49.1	53.6	(8.4)
Gastos de administración	366.6	333.8	9.8	340.6	315.4	8.0	8.4	5.9	42.4
Gastos de venta	836.4	960.6	(12.9)	736.6	855.3	(13.9)	32.2	34.0	(5.3)
Gastos de operación	1,203.0	1,294.4	(7.1)	1,077.2	1,170.7	(8.0)	40.6	39.9	1.8
Amort. del crédito mercantil	5.1	24.2	(78.9)	2.0	1.9	5.3	-	1.2	(100.0)
Utilidad de operación	1,172.3	1,042.4	12.5	1,148.9	1,022.0	12.4	8.5	12.6	(32.5)
Gastos financieros	93.1	78.2	19.1						
Productos financieros	70.8	65.7	7.8						
Gastos financieros, neto	22.4	12.4	80.6						
Pérdida (ganancia) cambiaria	(47.7)	(41.5)	14.9						
Pérd.(Gan). por posición monet.	29.7	38.9	(23.7)						
Costo integral de financ.	4.4	9.8	(55.1)						
Otros (prod.), gastos, neto	61.7	49.1	25.7						
Utilidad antes de impuestos	1,106.2	983.5	12.5						
Impuestos	367.7	295.3	24.5						
Ajuste en crédito mercantil	-	-	NA						
Utilidad neta consolidada	738.5	688.2	7.3						
Utilidad mayoritaria	738.5	688.2	7.3						
Flujo operativo (2)	1,383.8	1,299.8	6.5	1,306.7	1,232.5	6.0	24.8	21.7	14.3

(1) Excepto volumen y precio promedio por caja unidad

(2) Utilidad Neta antes de pago de intereses, impuestos, depreciación, amortización y otros cargos no operativos. El Flujo Operativo es utilizado por la Compañía como un indicador de desempeño adicional y no sustituye medidas tales como Flujo de Caja y Utilidad Operativa definidos y requeridos por los principios contables generalmente aceptados en Estados Unidos.

Inflación Mexicana septiembre 2002 -diciembre 2002	1.69%
Inflación Argentina septiembre 2002 -diciembre 2002	1.01%
Peso mexicano / U.S. dólar al 31 de diciembre de 2002	10.459
Peso argentino / U.S. dólar al 31 de diciembre de 2002	3.370
Peso mexicano / Peso argentino al 31 de diciembre de 2002	3.104

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

ESTADO DE RESULTADOS

Por los doce meses terminados el 31 de diciembre de 2002 y 2001

Expresado en Pesos de Poder Adquisitivo al 31 de diciembre de 2002

	Consolidado			Operaciones en México			Operaciones en Buenos Aires		
	(Millones de Pesos Mexicanos) (1)						(Millones de Pesos Argentinos) (1)		
	2002	2001	% VAR	2002	2001	% VAR	2002	2001	% VAR
Volumen(millones de c.u.)	620.3	607.8	2.1	504.7	477.9	5.6	115.6	129.9	(11.0)
Precio promedio	28.20	27.33	3.2	31.97	31.63	1.1	3.79	3.71	2.1
Ventas netas	17,491.6	16,612.3	5.3	16,132.8	15,117.9	6.7	437.8	481.5	(9.1)
Otros ingresos de operación	128.5	117.2	9.6	65.7	62.7	4.8	20.2	17.6	14.8
Ingresos totales	17,620.1	16,729.5	5.3	16,198.5	15,180.6	6.7	458.0	499.1	(8.2)
Costo de ventas	8,130.1	7,737.8	5.1	7,197.6	6,874.1	4.7	300.4	278.3	7.9
Utilidad bruta	9,490.0	8,991.7	5.5	9,000.9	8,306.5	8.4	157.6	220.8	(28.6)
Gastos de administración	1,396.7	1,287.2	8.5	1,303.3	1,207.6	7.9	30.1	25.6	17.6
Gastos de venta	3,616.0	3,730.9	(3.1)	3,268.5	3,262.1	0.2	112.0	151.0	(25.8)
Gastos de operación	5,012.7	5,018.1	(0.1)	4,571.8	4,469.7	2.3	142.1	176.6	(19.5)
Amort. del crédito mercantil	37.3	100.7	(63.0)	7.9	7.9	-	2.4	4.8	(50.0)
Utilidad de operación	4,440.0	3,872.9	14.6	4,421.2	3,828.9	15.5	13.1	39.4	(66.8)
Gastos financieros	334.1	329.8	1.3						
Productos financieros	252.6	273.8	(7.7)						
Gastos financieros, neto	81.5	56.0	45.5						
Pérdida (ganancia) cambiaria	(197.2)	6.3	(3,230.2)						
Pérd.(Gan). por posición monet.	(385.5)	81.0	(575.9)						
Costo integral de financ.	(501.2)	143.3	(449.8)						
Otros (prod.), gastos, neto	534.3	37.3	1,331.4						
Utilidad antes de impuestos	4,406.9	3,692.3	19.4						
Impuestos	1,842.9	1,461.1	26.1						
Cambio en política contable (2)	-	(29.0)	NA						
Utilidad neta consolidada	2,564.0	2,202.2	16.4						
Utilidad mayoritaria	2,564.0	2,202.2	16.4						
Flujo operativo (3)	5,415.2	4,939.3	9.6	5,182.8	4,698.3	10.3	74.9	77.7	(3.6)

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

(2) Emisión del boletín C-2 " Instrumentos Financieros "Incluido en el primer trimestre del 2001. Para información adicional referirse a boletín de prensa del Primer Trimestre de 2001.

(3) Utilidad Neta antes de pago de intereses, impuestos, depreciación, amortización y otros cargos no operativos. El Flujo Operativo es utilizado por la Compañía como un indicador de desempeño adicional y no sustituye medidas tales como Flujo de Caja y Utilidad Operativa definidos y requeridos por los principios contables generalmente aceptados en Estados Unidos.

Inflación Mexicana diciembre 2001 - diciembre 2002	5.70%
Inflación Argentina diciembre 2001 -diciembre 2002	41.22%
Peso mexicano / U.S. dólar al 31 de diciembre de 2002	10.459
Peso Argentino / U.S. dólar al 31 de diciembre de 2002	3.370
Peso mexicano / Peso argentino al 31 de diciembre de 2002	3.104

Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. y Subsidiarias
Balance Consolidado
Al 31 de diciembre de 2001 y 31 de diciembre de 2002
Millones de Pesos (Ps.)
Expresado en Pesos de Poder Adquisitivo al 31 de diciembre de 2002

ACTIVO	2002		2001	
Activo Circulante				
Efectivo y Valores de Realiz. Inm.	Ps.	6,171	Ps.	4,523
Cuentas por cobrar:				
Clientes		548		588
Documentos		10		26
Impuestos por recuperar		241		2
Otros		203		328
		1,002		944
Inventarios		747		577
Pagos Anticipados		71		28
Total activo circulante		7,991		6,072
Propiedad, planta y equipo				
Terrenos		771		757
Edificios, maquinaria y equipo		8,666		8,000
Depreciación acumulada		(3,113)		(2,638)
Inversiones en proceso		361		306
Botellas y cajas		284		212
Total propiedad, planta y equipo		6,969		6,637
Inversión en acciones		116		128
Cargos diferidos, neto		838		527
Crédito mercantil, neto		259		896
TOTAL ACTIVO	Ps.	16,173	Ps.	14,260

PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	2002		2001	
Pasivo Circulante				
Deuda a corto plazo, documentos e intereses	Ps.	81	Ps.	80
Proveedores		1,586		1,511
Cuentas por pagar y otros		651		439
Impuestos por pagar		221		397
Pasivo Circulante		2,539		2,427
Préstamos bancarios a largo plazo		3,170		2,949
Plan de pensiones, prima de antigüedad y otros		184		174
Otros pasivos		1,156		1,030
Total pasivo		7,049		6,580
Capital Contable				
Interés minoritario		0		0
Interés mayoritario:				
Capital social		2,370		2,370
Prima en suscripción de acciones		1,667		1,667
Utilidades retenidas		6,660		5,042
Utilidad neta del período		2,564		2,202
Resultado acumulado por tenencia de activos no monetarios		(4,137)		(3,601)
Total interés mayoritario		9,124		7,680
Total capital contable		9,124		7,680
TOTAL PASIVO Y CAPITAL	Ps.	16,173	Ps.	14,260

Inflación Mexicana diciembre 2001 - diciembre 2002	5.70%
Inflación Argentina diciembre 2001 - diciembre 2002	41.22%
Peso mexicano/ U.S.Dólar al 31 de diciembre de 2002	10.459
Peso argentino / U.S. Dolar al 31 de diciembre de 2002	3.370

Información relevante

Por los doce meses terminados el 31 de diciembre de 2002

Expresado en pesos del 31 de diciembre de 2002

	2002
Depreciación (1)	558.2
Otros virtuales	417.0
Inversión en Activos Fijos (2)	1,340.9

(1) (Incluye Amortización del Good Will)

(2) (Incluye Botellas y Cajas y Cargos Diferidos)

Información del Volumen de Ventas

Expresado en millones de cajas unidad

	2002	2001
México	504.7	477.9
Valle de México	378.3	356.3
Sureste	126.4	121.6
Buenos Aires	115.6	129.9
Total	620.3	607.8

(3) Incluye 6.3 MCU de *Kin light*

Mezcla por Producto

(Colas / Sabores (3) / Agua)

Como porcentaje del volumen total

	2002	2001
México	72/23/5	75/21/4
Valle de México	72/24/4	76/21/3
Sureste	71/23/6	72/22/6
Buenos Aires	68/31/1	70/29/1
Total	71/25/4	74/23/3

(3) Incluye 6.3 MCU de *Kin light*

Mezcla por Presentación

(Retornable / No Retornable)

Como porcentaje del volumen total

	2002	2001
México	36/64	41/59
Valle de México	34/66	39/61
Sureste	44/56	45/55
Buenos Aires	12/88	6/94
Total	32/68	33/67

Información relevante

Por los tres meses terminados el 31 de diciembre de 2002

Expresado en pesos del 31 de diciembre de 2002

	2002
Depreciación (1)	121.0
Otros virtuales	90.6
Inversión en Activos Fijos (2)	200.7

(1) (Incluye Amortización del Good Will)

(2) (Incluye Botellas y Cajas y Cargos Diferidos)

Información de Volumen de Ventas

Expresado en millones de cajas unidad

	2002	2001
México	129.1	122.4
Valle de México	96.8	92.0
Sureste	32.3	30.4
Buenos Aires	35.9	34.8
Total	165.0	157.2

(3) Incluye 0.2 MCU de *Kin light*

Mezcla por Producto

(Colas / Sabores / Agua)

Como porcentaje del volumen total

	2002	2001
México	71/24/5	76/20/4
Valle de México	71/24/5	76/21/3
Sureste	72/22/6	73/22/5
Buenos Aires	71/28/1	69/30/1
Total	71/25/4	74/23/3

(3) Incluye 0.2 MCU de *Kin light*

Mezcla por Presentación

(Retornable / No Retornable)

Como porcentaje del volumen total

	2002	2001
México	34/66	38/62
Valle de México	30/70	37/63
Sureste	44/56	42/58
Buenos Aires	19/81	4/96
Total	30/70	31/69