

## FEMSA Reporta sus Resultados del Primer Trimestre del 2005

**Monterrey, México, 28 de abril del 2005** — Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V. ("FEMSA") anuncia hoy sus resultados operativos y financieros para el primer trimestre del 2005.

### Datos Sobresalientes:

- **FEMSA incrementó sus ingresos totales 6.9%**. Todas las unidades operativas contribuyeron al excelente crecimiento, más de tres cuartos del incremento proviene de Oxxo.
- **FEMSA incrementó su utilidad de operación 2.2%**, impulsada principalmente por el crecimiento de Coca-Cola FEMSA y Oxxo.
- **Coca-Cola FEMSA incrementó su volumen de ventas totales en 1.4% y su utilidad de operación en 2.7%**. Brasil sobresale con un aumento de casi el doble en su margen de operación.
- **FEMSA Cerveza incrementó su volumen de ventas nacional 4.0%**. En las exportaciones de cerveza, nos complace reportar que el nuevo acuerdo comercial con Heineken USA ha tenido un buen comienzo.
- **Oxxo continuó con su extraordinario ritmo de crecimiento**, incrementando sus ingresos 26.1% gracias a la apertura de 97 tiendas y por el incremento de 8.9% en las ventas-mismas-tiendas.

#### Contactos para Inversionistas:

Alan Alanis  
(52) 818-328-6211  
alan.alanis@femsa.com.mx

Emily Klingbeil  
(52) 818-328-6189  
emily.klingbeil@femsa.com.mx

#### Contactos para Medios:

Jaime Toussaint  
(52) 818-328-6202  
jtouelo@femsa.com.mx

Carolina Alvear  
(52) 818-328-6046  
calvsev@femsa.com.mx

"Comenzamos el 2005 con paso firme. Todas las unidades de negocio contribuyeron al crecimiento en la utilidad de operación de FEMSA. Además, continuamos avanzando en nuestra estrategia de bebidas, aprovechando nuestra estructura de negocio para ser más fuertes trabajando unidos".

"Tenemos una excelente plataforma de crecimiento, en las regiones y el momento correctos. Seguiremos enfocados en el crecimiento de alta calidad que genere valor de largo plazo para nuestros accionistas", comentó José Antonio Fernández, presidente y director general de FEMSA.

## FEMSA Consolidado

Los **ingresos totales** se incrementaron 6.9% ascendiendo a 22,858 millones de pesos en el 1T05. Este incremento se debió principalmente al crecimiento de 26.1% en los ingresos totales de la cadena de tiendas Oxxo, seguido por el crecimiento de 3.6% en los ingresos totales de FEMSA Cerveza y de 1.5% de los de Coca-Cola FEMSA.

La **utilidad bruta** se incrementó 4.9% para llegar a 10,373 millones de pesos, lo que dio como resultado una disminución de 90 puntos base en el margen bruto, el cual representó el 45.4% de los ingresos totales en el 1T05. Esta contracción fue compensada parcialmente por la mejora de 150 puntos base en el margen bruto de FEMSA Cerveza, el cual fue de 58.0% de los ingresos totales en el trimestre. La contracción del margen bruto experimentada en el trimestre es resultado de una contracción de 30 puntos base en el margen bruto de Coca-Cola FEMSA, debida principalmente a los altos costos de la resina para las botellas de plástico ("PET"), y de la mayor contribución en los resultados consolidados de las tiendas Oxxo, las cuales tienen un menor margen que el resto de las operaciones.

La **utilidad de operación** se incrementó 2.2% para llegar a 2,716 millones de pesos en el 1T05, resultando en una disminución de 50 puntos base en el margen de operación para llegar a 11.9%. Esta disminución se atribuyó principalmente al incremento en la contribución en nuestros resultados consolidados de la cadena de tiendas Oxxo y a una contracción en el margen de operación de FEMSA Cerveza, compensado parcialmente por una ligera mejora en nuestro margen de operación de Coca-Cola FEMSA.

La **utilidad neta** se redujo 21.2% a 1,105 millones de pesos en el 1T05. Esto se debió a (1) un incremento de 29.8% en el gasto financiero neto alcanzando 911 millones de pesos debido a la deuda emitida para la recompra del 30% de FEMSA Cerveza en agosto del 2004, (2) una ganancia por posición monetaria de 310 millones de pesos, la cual fue una reducción en comparación con el 1T04, debido a una menor tasa de inflación sobre mayores pasivos netos en comparación con el año anterior, (3) una ganancia por fluctuación cambiaria de 17 millones de pesos, la cual fue una reducción en comparación con el 1T04, dada la reevaluación del peso mexicano contra el dólar estadounidense sobre los pasivos netos y (4) un cargo adicional al efectuado en el 2004, por concepto del tratamiento fiscal del equipo de refrigeración de Coca-Cola FEMSA. La disminución en la utilidad neta fue compensada parcialmente por una reducción de 18.1% en los impuestos reconocidos en el 1T05, los cuales sumaron 874 millones de pesos, en comparación con 1,067 millones de pesos en el 1T04. La tasa efectiva de impuestos para el trimestre fue de 44.2%.

La **utilidad neta mayoritaria** por Unidad<sup>1</sup> FEMSA fue de 0.6758 pesos en el 1T05. La utilidad neta mayoritaria por cada ADS de FEMSA, usando un tipo de cambio de 11.171 pesos por dólar, fue de 0.0605 dólares en el trimestre.

La **inversión en activo fijo** se redujo 20.4% a 1,028 millones de pesos en el 1T05, principalmente reflejando una menor inversión en Coca-Cola FEMSA y en la cadena de tiendas Oxxo.

**Deuda neta consolidada.** Al 31 de marzo del 2005, FEMSA registró un saldo de efectivo de 5,814 millones de pesos (520 millones de dólares), deuda a corto plazo de 3,938 millones de pesos (353 millones de dólares), créditos puente de 5,681 millones de pesos (509 millones de dólares) y una deuda a largo plazo de 36,184 millones de pesos (3,239 millones de dólares), para un balance de deuda neta de 39,989 millones de pesos (3,580 millones de dólares), 25.8% superior con respecto al 31 de marzo del 2004, principalmente por la deuda contratada para financiar la recompra del 30% de FEMSA Cerveza en agosto del 2004, la cual fue parcialmente compensada por una significativa reducción en la deuda de Coca-Cola FEMSA.

<sup>1</sup> 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 31 de marzo del 2005 fue 1,059,462,090, equivalente al número total de acciones en circulación a la misma fecha, dividido entre 5.

## Refrescos – Coca-Cola FEMSA

*Los resultados financieros de Coca-Cola FEMSA y la discusión de éstos se incorporan por referencia al reporte trimestral de Coca-Cola FEMSA, el cual forma parte de los anexos de este comunicado.*

## Cerveza – FEMSA Cerveza

El **volumen de ventas nacional** se incrementó 4.0% a 5.325 millones de hectolitros en el 1T05, como resultado de un aumento en ventas en casi todo el país, impulsado por nuestras marcas *Sol*, *Tecate Light* e *Indio*, y en menor grado, a la favorable demanda gracias a que la semana santa en el 2005 se celebró en el mes de marzo.

En cuanto a **exportaciones de cerveza**, antes del 1° de enero del 2005, teníamos una asociación con Labatt USA para la venta de nuestra cerveza en el mercado estadounidense. Bajo ese acuerdo, vendíamos nuestra cerveza a Labatt a un precio que les daba suficiente margen para cubrir los gastos de venta y de mercadotecnia para nuestras marcas, y además como dueños del 30% de Labatt USA recibíamos una proporción equivalente a nuestra participación de sus ganancias como método de participación.

A partir del 1° de enero del 2005 iniciamos un nuevo acuerdo comercial con Heineken USA para llegar al mercado estadounidense. Bajo este nuevo acuerdo exportamos nuestras cervezas a Estados Unidos a un precio mayor al anterior y pagamos una importante porción de los gastos de venta y mercadotecnia relacionados con nuestras marcas. Dado que éste es un acuerdo comercial y no una asociación, ya no existe un componente de utilidad por participación de utilidades para FEMSA Cerveza. Creemos que este nuevo acuerdo comercial es más rentable para FEMSA Cerveza.

El **volumen de ventas de exportación** se redujo 5.6% a 0.453 millones de hectolitros en el 1T05, debido principalmente a (1) una acumulación moderada de inventarios en el cuarto trimestre del 2004 relacionada con la conclusión del acuerdo con nuestro anterior importador en los Estados Unidos y (2) una base de comparación desfavorable, en el 1T04 se registró un crecimiento de 32.8% en el volumen. Para aislar el efecto de la alta base de comparación del primer trimestre del 2004, el crecimiento promedio del volumen de exportación desde el 1T03 al 1T05 fue aproximadamente de 13% por año. Adicionalmente, en el 1T05 nuestra cobertura ha mejorado con un claro enfoque hacia los centros de consumo y la expansión de nuestra presencia en todo EU.

Los **ingresos totales** se incrementaron 3.6% a 5,681 millones de pesos en el 1T05. Esto se logró gracias a un incremento de 4.2% en las ventas de cerveza, resultado de un incremento de 3.1% en el volumen total de ventas y el mayor precio de exportación, como se explica anteriormente en este comunicado, parcialmente compensado por una disminución de 1.6% en el precio nacional real por hectolitro y una reducción de 5.6% en el volumen de ventas de exportación. El precio nacional real por hectolitro, aunque disminuyó con respecto al 1T04, se incrementó 0.8% en términos reales en comparación con el 4T04. Hemos comenzado a implementar incrementos en los precios por empaque, marca y punto de venta.

El **costo de ventas** se mantuvo estable con los niveles del 1T04 alcanzando 2,385 millones de pesos en el 1T05 gracias a una mejora en el costo por hectolitro. Esta mejora es resultado del efecto neto de las significativas eficiencias de operación en combinación con la apreciación del peso mexicano contra el dólar estadounidense en términos reales, los cuales compensaron significativamente el incremento en los precios de algunas importantes materias primas, tales como el aluminio y la energía. La utilidad bruta se incrementó 6.4% a 3,296 millones de pesos en el 1T05, logrando una expansión de 150 puntos base del margen bruto llegando a 58.0%.

La **utilidad de operación** (antes de la deducción de servicios corporativos) se incrementó 0.8% a 883 millones de pesos en el 1T05. Este ligero incremento refleja un aumento en los ingresos totales y un costo de ventas estable que compensó el incremento en los gastos de administración y en los gastos de venta en el trimestre. Los gastos de operación se incrementaron 8.5% a 2,413 millones de pesos alcanzando 42.5% de los ingresos totales en el 1T05, es decir 200 puntos base más en comparación con el 1T04. Específicamente, los gastos de administración se incrementaron 4.5% a 696 millones de pesos en el trimestre, debido principalmente a los gastos relacionados con el Sistema Integral de Negocios (“ERP”) y, en menor grado, al nuevo acuerdo para nuestras exportaciones a los EU, como se menciona anteriormente en este comunicado. Los gastos de venta se incrementaron en 10.3% debido al nuevo acuerdo para nuestras exportaciones a EU, como ya se mencionó, y incremento en gastos de mercadotecnia para programas específicos con el fin de reforzar nuestras marcas en el mercado nacional. Para el trimestre, el margen de operación se redujo 50 puntos base para ubicarse en el 15.5% de los ingresos totales.

### **Tiendas Oxxo – FEMSA Comercio**

Los **ingresos totales** se incrementaron 26.1% para llegar a 6,135 millones de pesos en el 1T05. Principalmente por la apertura neta de 97 nuevas tiendas Oxxo en el trimestre, y un total de 666 nuevas tiendas Oxxo en comparación con el 1T04 para llegar a un total de 3,563 Oxxos en todo el país.

Las **ventas-mismas-tiendas de Oxxo** se incrementaron en promedio 8.9% en el 1T05, reflejando un incremento en el tráfico por tienda de 7.3% y de 1.6% en el ticket promedio. Este crecimiento refleja el rápido ritmo de expansión, la fuerte actividad promocional y una mejor administración de categorías, que permiten a Oxxo mejorar la mezcla de productos dentro de la tienda.

La **utilidad de operación** (antes de la deducción de servicios corporativos) se incrementó 9.1% a 192 millones de pesos, resultando en una disminución de 50 puntos base en el margen de operación, alcanzando 3.1% de los ingresos totales en el 1T05. Esta disminución se debió principalmente al incremento en el costo de ventas y gastos de venta como porcentaje de los ingresos totales, los cuales fueron compensados parcialmente por eficiencias en gastos de administración. El costo de ventas se incrementó 26.7% a 4,569 millones de pesos resultando en una disminución de 40 puntos base en el margen bruto, alcanzando 25.5% de los ingresos totales en el 1T05. La reducción en el margen bruto fue resultado de un cambio en la calendarización de incentivos y bonificaciones que otorgaron algunos proveedores en el 1T05 en comparación al mismo período del 2004. Los gastos de operación se incrementaron 27.0% a 1,374 millones de pesos en el 1T05. Este ligero incremento sobre el crecimiento de los ingresos totales se debió principalmente a (1) un incremento en compensación basada en el desempeño, producto del crecimiento en ventas por la expansión de Oxxo, (2) un incremento en los costos de electricidad por tienda en comparación con los niveles del 1T04 y (3) los gastos y amortización de inversiones relacionadas al nuevo sistema de Tecnología de Información, que ya no son capitalizables.

**INFORMACIÓN PARA LA CONFERENCIA TELEFÓNICA:**

La conferencia telefónica del Primer Trimestre del 2005 se llevará a cabo el jueves 28 de abril del 2005 a las 3:00 P.M. Tiempo de México (4:00 P.M. Tiempo de Nueva York). Para participar en la conferencia, por favor marque: (913) 981-5523. Adicionalmente, se transmitirá audio conferencia en vivo por Internet, para tener acceso a esta transmisión visite [www.femsa.com/inversionista](http://www.femsa.com/inversionista).

En caso de no poder participar en las opciones anteriores, la grabación de la conferencia estará disponible hasta el 5 de mayo del 2005. Para escuchar la grabación marque: (719) 457-0820, Clave: 1367504.

Se presentó cierta información financiera no auditada de FEMSA para el primer trimestre del 2005 comparada con el 1T04. 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. 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 FEMSA Comercio, S.A. de C.V. ("FEMSA Comercio"), la cual opera tiendas de conveniencia.

Todas las cifras en este reporte fueron preparadas de acuerdo con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México ("PCGA Mexicanos"), consecuentemente están expresadas en pesos mexicanos constantes ("Pesos" o "Ps") con poder adquisitivo al 31 de marzo del 2005. Por lo tanto, todos los cambios porcentuales están expresados en términos reales.

**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 primer trimestre de:				
	2005	% Integral	2004	% Integral	% Crecimiento
Ventas netas	22,754	99.5	21,304	99.6	6.8
Otros ingresos de operación	104	0.5	81	0.4	28.4
Ingresos Totales	22,858	100.0	21,385	100.0	6.9
Costo de ventas	12,485	54.6	11,493	53.7	8.6
Utilidad bruta	10,373	45.4	9,892	46.3	4.9
Gastos de administración	1,624	7.1	1,616	7.6	0.5
Gastos de venta	6,033	26.4	5,619	26.3	7.4
Gastos de operación	7,657	33.5	7,235	33.9	5.8
Utilidad de operación	2,716	11.9	2,657	12.4	2.2
Gasto financiero	(1,026)		(800)		28.3
Producto financiero	115		98		17.3
Gasto financiero, neto	(911)		(702)		29.8
Fluctuación cambiaria	17		151		N.S.
Ganancia por posición monetaria	310		516		(39.9)
Costo integral de financiamiento	(584)		(35)		N.S.
Otros gastos, neto	(153)		(153)		-
Utilidad antes de impuestos	1,979		2,469		(19.8)
Impuestos	(874)		(1,067)		(18.1)
Utilidad neta consolidada	1,105		1,402		(21.2)
Utilidad mayoritaria	716		862		(16.9)
Utilidad minoritaria	389		540		(28.0)

**EBITDA y CAPEX**

Utilidad de operación	2,716	11.9	2,657	12.4	2.2
Depreciación	862	3.8	816	3.8	5.6
Amortización y otros	744	3.2	733	3.5	1.6
EBITDA	4,322	18.9	4,206	19.7	2.8
Inversión en activo fijo	1,028		1,291		(20.4)

**RAZONES FINANCIERAS**

	2005	2004	Var. p.p.
Liquidez <sup>(1)</sup>	0.92	1.15	(0.23)
Cobertura de intereses <sup>(2)</sup>	4.74	5.99	(1.25)
Apalancamiento <sup>(3)</sup>	1.30	1.25	0.05
Capitalización <sup>(4)</sup>	46.50%	43.89%	2.60

<sup>(1)</sup> Total activo circulante / total pasivo circulante.

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

<sup>(3)</sup> Total pasivos / total capital contable.

<sup>(4)</sup> 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. y documentos por pagar

Préstamos bancarios L.P. = préstamos bancarios y documentos por pagar.

**Al 31 de marzo del:**  
**(Millones de Pesos constantes del 31 de marzo del 2005)**

<b>ACTIVOS</b>	<b>2005</b>	<b>2004</b>	<b>% Crecimiento</b>
Efectivo y valores de realización inmediata	5,814	6,946	(16.3)
Cuentas por cobrar	5,705	5,584	2.2
Inventarios	7,764	7,149	8.6
Pagos anticipados	1,049	889	18.0
Instrumentos financieros derivados por cobrar	755	-	-
<b>Total activo circulante</b>	<b>21,087</b>	<b>20,568</b>	<b>2.5</b>
Propiedad, planta y equipo, neto	43,965	44,713	(1.7)
Activos intangibles <sup>(1)</sup>	47,196	37,126	27.1
Cargos diferidos	6,662	6,654	0.1
Otros activos	2,054	2,325	(11.7)
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>120,964</b>	<b>111,386</b>	<b>8.6</b>

**PASIVOS Y CAPITAL CONTABLE**

Prestamos bancarios C.P.	6,175	2,393	158.0
Vencimientos del pasivo L.P. a C.P.	3,444	2,568	34.1
Intereses por pagar	466	422	10.4
Instrumentos financieros derivados por pagar	203	-	-
Pasivo de operación	12,705	12,477	1.8
<b>Total pasivo circulante</b>	<b>22,993</b>	<b>17,860</b>	<b>28.7</b>
Prestamos bancarios y documentos por pagar	36,184	33,776	7.1
Impuestos diferidos	4,200	5,154	(18.5)
Obligaciones laborales y otros	4,881	5,077	(3.9)
<b>Total pasivos</b>	<b>68,258</b>	<b>61,867</b>	<b>10.3</b>
Total capital contable	52,706	49,519	6.4
<b>PASIVO Y CAPITAL CONTABLE</b>	<b>120,964</b>	<b>111,386</b>	<b>8.6</b>

<sup>(1)</sup> Incluye los activos intangibles generados por la adquisición de Panamco y del 30% de FEMSA Cerveza.

<b>Mezcla de monedas y tasas</b>	<b>Marzo 31, 2005</b>			<b>Diciembre 31, 2004</b>		
	<b>Ps.</b>	<b>% Integral</b>	<b>Tasa Promedio</b>	<b>Ps.</b>	<b>% Integral</b>	<b>Tasa Promedio</b>
Contratado en:						
Pesos mexicanos	31,568	68.9%	9.8%	33,616	72.8%	9.6%
Dólares	13,421	29.3%	5.3%	11,664	25.3%	5.1%
Pesos Colombianos	682	1.5%	9.8%	696	1.5%	10.1%
Pesos Argentinos	132	0.3%	4.2%	137	0.3%	5.4%
Bolivares Venezolanos	-	-	-	74	0.1%	11.0%
<b>Deuda total</b>	<b>45,803</b>	<b>100.0%</b>	<b>8.4%</b>	<b>46,187</b>	<b>100.0%</b>	<b>8.5%</b>
Tasa fija <sup>(1)</sup>	27,573	60.2%		29,375	63.6%	
Tasa variable <sup>(1)</sup>	18,230	39.8%		16,812	36.4%	

<b>% de la Deuda total</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011+</b>
<b>Vencimientos de la deuda</b> <sup>(2)</sup>	9.5%	11.1%	8.6%	21.0%	20.5%	15.0%	14.2%

<sup>(1)</sup> Incluye el efecto de los swaps de tasa de interés.

<sup>(2)</sup> Excluye el crédito puente.

**Coca-Cola FEMSA**  
**Resultados de Operación**  
**Millones de pesos**

	Por el primer trimestre de:				
	2005	% Integral	2004	% Integral	% Crecimiento
Ventas netas	11,172	99.5	10,995	99.3	1.6
Otros ingresos de operación	58	0.5	74	0.7	(21.6)
Ingresos totales	11,230	100.0	11,069	100.0	1.5
Costo de ventas	5,881	52.4	5,765	52.1	2.0
Utilidad bruta	5,349	47.6	5,304	47.9	0.8
Gastos administración	653	5.8	649	5.9	0.5
Gastos venta	3,007	26.8	3,010	27.1	(0.1)
Gastos operación	3,660	32.6	3,659	33.0	-
Utilidad de operación	1,689	15.0	1,645	14.9	2.7
Depreciación	305	2.7	328	3.0	(7.0)
Amortización y otros	273	2.4	285	2.6	(4.2)
EBITDA	2,267	20.2	2,258	20.4	0.4
Inversión en activo fijo	184		431		(57.3)

**Volumen de ventas**  
**(Millones de cajas unidad)**

México	227.7	51.0	228.3	51.8	(0.3)
Centroamérica	26.2	5.9	26.5	6.0	(1.1)
Colombia	42.1	9.4	41.6	9.4	1.2
Venezuela	40.4	9.0	40.9	9.3	(1.2)
Brasil	71.1	15.9	66.4	15.1	7.1
Argentina	39.3	8.8	37.1	8.4	5.9
Total Coca-Cola FEMSA	446.8	100.0	440.8	100.0	1.4

**FEMSA Cerveza**  
**Resultados de Operación**  
**Millones de pesos**

Por el primer trimestre de:

	2005	% Integral	2004	% Integral	% Crecimiento
Ventas nacionales de cerveza	4,600	81.0	4,496	82.0	2.3
Ventas de exportación de cerveza	481	8.4	378	6.9	27.2
Ventas de cerveza	5,081	89.4	4,874	88.9	4.2
Ventas de empaque	567	10.0	574	10.4	(1.2)
Ventas netas	5,648	99.4	5,448	99.3	3.7
Otros ingresos de operación	33	0.6	37	0.7	(10.8)
Ingresos totales	5,681	100.0	5,485	100.0	3.6
Costo de ventas	2,385	42.0	2,386	43.5	0.0
Utilidad bruta	3,296	58.0	3,099	56.5	6.4
Gastos de administración	696	12.3	666	12.1	4.5
Gastos de venta	1,717	30.2	1,557	28.4	10.3
Gastos de operación	2,413	42.5	2,223	40.5	8.5
Utilidad de operación antes de servicios corporativos	883	15.5	876	16.0	0.8
Servicios corporativos	86	1.5	136	2.5	(36.8)
Utilidad de operación	797	14.0	740	13.5	7.7
Depreciación	363	6.4	358	6.5	1.4
Amortización y otros	494	8.7	476	8.7	3.8
EBITDA	1,654	29.1	1,574	28.7	5.1
Inversión en activo fijo	634		610		3.9

**Volumen de ventas**  
**(Miles de hectolitros)**

Nacional	5,324.9	92.2	5,121.9	91.4	4.0
Exportación	453.4	7.8	480.2	8.6	(5.6)
Total	5,778.3	100.0	5,602.1	100.0	3.1

**Precio por hectolitro**

Nacional	863.9		877.8		(1.6)
Exportación	1,060.9		787.2		34.8
Total	879.3		870.0		1.1

**Mezcla por presentación**  
**(%)**

Retornable	3,711.1	64.2	3,760.6	67.1	(1.3)
No Retornable	564.3	9.8	517.3	9.2	9.1
Lata	1,502.9	26.0	1,324.2	23.7	13.5
Total	5,778.3	100.0	5,602.1	100.0	3.1

**FEMSA Comercio**  
**Resultados de Operación**  
**Millones de pesos**

	Por el primer trimestre de:				
	2005	% Integral	2004	% Integral	% Crecimiento
Ventas netas	6,135	100.0	4,865	100.0	26.1
Otros ingresos de operación	-	-	-	-	-
Ingresos totales	6,135	100.0	4,865	100.0	26.1
Costo de ventas	4,569	74.5	3,607	74.1	26.7
Utilidad bruta	1,566	25.5	1,258	25.9	24.5
Gastos de administración	106	1.7	100	2.1	6.0
Gastos de venta	1,268	20.7	982	20.2	29.1
Gastos de operación	1,374	22.4	1,082	22.3	27.0
Utilidad de operación antes de servicios corporativos	192	3.1	176	3.6	9.1
Servicios corporativos	22	0.3	29	0.6	(24.1)
Utilidad de operación	170	2.8	147	3.0	15.6
Depreciación	76	1.2	43	0.9	76.7
Amortización y otros	64	1.1	42	0.9	52.4
EBITDA	310	5.1	232	4.8	33.6
Inversión en activo fijo	167		242		(31.0)

**Información de Tiendas de Conveniencia**

Tiendas totales	3,563	2,897	23.0
Tiendas nuevas:			
vs. marzo año anterior	666	620	7.4
vs. diciembre año anterior	97	99	(2.0)
Mismas tiendas: <sup>(1)</sup>			
Ventas (miles de pesos)	531.2	487.9	8.9
Tráfico	20.0	18.7	7.3
Ticket	26.6	26.2	1.6

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

**FEMSA**  
**Otra Información Financiera**

**INFORMACIÓN MACROECONÓMICA**

	Inflación		Tipo de Cambio	
	Mar 04 - Mar-05	Dic 04 - Mar-05	Por USD	Por Peso
México	4.39%	0.79%	11.1710	1.0000
Colombia	4.55%	2.13%	2,376.4800	0.0047
Venezuela	15.80%	3.33%	2,150.0000	0.0052
Brasil	5.47%	1.54%	2.6662	4.1899
Argentina	7.86%	3.64%	2.9200	3.8257

## Información de la Acción

Bolsa Mexicana de Valores  
Clave de Cotización: KOF L

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](mailto:alfredo.fernandez@kof.com.mx)  
(5255) 5081-5120 / 5121

Julieta Naranjo  
[julieta.naranjo@kof.com.mx](mailto:julieta.naranjo@kof.com.mx)  
(5255) 5081-5148

Oscar García  
[oscar.garcia@kof.com.mx](mailto:oscar.garcia@kof.com.mx)  
(5255) 5081-5186

Website:  
[www.coca-colafemsa.com](http://www.coca-colafemsa.com)

## 2005 RESULTADOS PRIMER TRIMESTRE

	Primer Trimestre		Δ%	Primer Trimestre	
	2005	2004		2005	2004
Ingresos Totales	11,230	11,069	1.5%	% of Tot. Rev.	
Utilidad Bruta	5,349	5,304	0.8%	47.6%	47.9%
Utilidad de Operación	1,689	1,645	2.7%	15.0%	14.9%
Utilidad Neta Mayoritaria	695	906	-23.3%	6.2%	8.2%
Flujo Operativo <sup>(1)</sup>	2,267	2,258	0.4%	20.2%	20.4%
Deuda Neta <sup>(2)(3)</sup>	21,541	21,582			
Flujo Operativo <sup>(1)</sup> / Gastos Financieros	4.14	3.75			
Utilidad Neta Mayoritaria por Acción	0.38	0.49			
Promedio de Acciones en Circulación	1,846.5	1,846.4			

Expresado en millones de Pesos mexicanos de Poder Adquisitivo al 31 de marzo de 2005, excepto Utilidad Neta Mayoritaria por Acción.

(1) Flujo Operativo = Utilidad de Operación + Depreciación + Amortización y Otros Cargos Virtuales. Ver tabla de reconciliaciones en la página 11.

(2) Deuda Neta = Deuda Total - Caja

(3) Cifras de 2004 son al 31 de Diciembre de 2004

Los ingresos totales en el primer trimestre de 2005 incrementaron 1.5% alcanzando Ps. 11,230 millones. Los incrementos en ingresos en Brasil, Argentina, Colombia y Venezuela, compensaron por completo la disminución en ingresos en México y Centroamérica.

La utilidad de operación consolidada creció 2.7% a Ps. 1,689 millones, y el margen operativo fue de 15.0% en el primer trimestre de 2005. Los incrementos en utilidad operativa en Brasil, Colombia, Argentina y Centro América, compensaron por completo la caída en México.

La utilidad neta consolidada fue Ps. 695 millones, una reducción de 23.3% debido principalmente a factores no operativos. La utilidad por acción fue de Ps. 0.38 en el primer trimestre de 2005.

Ciudad de México (28 de abril de 2005) - Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. (BMV: KOF L, 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 primer trimestre de 2005.

"Nuestros resultados del primer trimestre, demuestran la importancia de nuestra diversificación geográfica a nuestro crecimiento en el corto y largo plazo. Con la integración exitosa de los ocho territorios adquiridos, hemos consolidado nuestra posición en mercados que ofrecen crecimiento sostenible y rentable a nuestros accionistas. Nuestra diversificación en regiones con diferentes estacionalidades y ciclos económicos, nos permite generar resultados trimestrales más balanceados." comentó Carlos Salazar, Director General de la Compañía.

## RESULTADOS CONSOLIDADOS

Nuestros ingresos consolidados fueron Ps. 11,230 millones en el primer trimestre de 2005, un crecimiento de 1.5% comparado con el mismo periodo de 2004, como resultado de los incrementos en ingresos en Brasil, Argentina, Colombia y Venezuela, los cuales compensaron por completo la disminución en ingresos en México y Centroamérica. El precio promedio por caja unidad consolidado durante el primer trimestre de 2005 fue de Ps. 25.00 (US\$2.24)<sup>2</sup> una disminución de 0.2% comparado con el mismo trimestre de 2004, debido a menores precios para nuestros productos en México y Centroamérica.

El volumen total de ventas alcanzó 446.8 millones de cajas unidad en el primer trimestre de 2005, un incremento de 1.4% comparado con el primer trimestre de 2004. El incremento del volumen de ventas en Brasil, Argentina y Colombia compensó por completo la caída de volumen en México y Centroamérica. El volumen de ventas de refrescos creció 2.0% en el primer trimestre de 2005, debido principalmente al crecimiento de volumen de ventas en Brasil.

Nuestra utilidad bruta en el primer trimestre de 2005 fue de Ps. 5,349 millones, un incremento de 0.8% comparado con el primer trimestre de 2004. El margen bruto disminuyó 30 puntos base de 47.9% en el primer trimestre de 2004 a 47.6% en el mismo periodo de 2005, debido a mayores ingresos.

Nuestra utilidad de operación consolidada en el primer trimestre de 2005 fue Ps. 1,689 millones, un incremento de 2.7%, como resultado de los incrementos en utilidad operativa en Brasil, Colombia, Argentina y Centro América, los cuales más que compensaron la caída en México. El margen de operación fue de 15.0%, una mejora de 10 puntos base comparado con el primer trimestre de 2004.

A pesar de una reducción de 13.2% en los gastos netos por intereses, nuestro costo integral de financiamiento incrementó a Ps. 291 millones en el primer trimestre de 2005, comparado con Ps. 26 millones en el primer trimestre de 2004. Este incremento se debió principalmente por una menor ganancia en la posición monetaria como resultado de menores niveles de inflación registrados en México aplicados a nuestra menor posición neta en pasivos.

Durante el primer trimestre de 2005, la tasa efectiva de impuestos fue de 45.0%. En abril de 2004, la Suprema Corte de Justicia de México emitió una resolución con respecto a reglas emitidas previamente por la Secretaría de Hacienda de México. Esta resolución requiere que los refrigerados sean tratados como activos fijos con vidas útiles definidas. Previamente considerábamos los refrigerados como un gasto para efectos fiscales. Los pagos de impuestos relacionados con este cambio de criterio resultaron en un cargo a ingresos en 2004. Durante marzo de 2005, las autoridades de la Secretaría de Hacienda revisaron el pago en conexión con este cambio en criterio, resultando en el pago adicional no recurrente de Ps. 118 millones. Excluyendo este pago no recurrente, nuestra tasa de impuestos fue de 35.9%.

Nuestra utilidad neta consolidada fue de Ps. 695 millones en el primer trimestre de 2005, una disminución de 23.3% comparado con el primer trimestre de 2004 debido a las razones mencionadas anteriormente. La utilidad por acción ("UPA") fue de Ps. 0.38 (US\$0.34 por ADR) calculada con base a 1,846.5 millones de acciones en circulación (cada ADR representa 10 acciones locales). Excluyendo el efecto extraordinario mencionado anteriormente nuestra utilidad neta consolidada fue de Ps. 813 millones resultando en una UPA de Ps. 0.44 (US\$0.39 por ADR).

<sup>2</sup> Considerando un tipo de cambio de Ps. 11.171 por U.S. dólar

## ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO

Al 31 de marzo de 2005, el saldo en caja de Coca-Cola FEMSA fue de Ps. 3,241 millones (US\$290 millones), una reducción de Ps. 405 millones (US\$36 millones) comparado con el 31 de diciembre de 2004, debido a pagos de impuestos y a una reducción de las cuentas por pagar. El incremento en el capital de trabajo fue resultado principalmente de la estacionalidad del negocio.

La deuda total a corto plazo fue de Ps. 3,035 millones (US\$272 millones) y la deuda a largo plazo fue de Ps. 21,747 millones (US\$1,947 millones), una disminución de Ps. 446 millones (US\$ 340 millones), como resultado de la apreciación del peso mexicano frente al dólar americano aplicada a nuestra deuda denominada en dólares y de la recompra de Ps. 164 millones de Certificados Bursátiles.

Durante el trimestre, la compañía disminuyó su balance de deuda, como porcentaje de la deuda total, denominado en moneda local de 77% en el cuarto trimestre de 2004 a 70% en el primer trimestre de 2005. Esta disminución fue resultado, en gran medida, a la cancelación de derivados de tipo de cambio cuyo efecto incrementó nuestro balance de deuda denominado en moneda local en 630 puntos base en el cuarto trimestre de 2004. El costo promedio de la deuda durante el trimestre fue de 8.7%.

La siguiente tabla muestra la composición de la deuda por moneda y tasa de interés, al 31 de marzo de 2005:

Moneda	% Deuda Total	% Tasa de Interés Variable
U.S. dólares	29.9%	25%
Pesos mexicanos	66.8%	19%
Pesos colombianos	2.8%	100%
Pesos argentinos	0.5%	100%

(1) Tasa de interés promedio por moneda anualizada al 31 de marzo de 2005.

## Estado de Cambios en Situación Financiera Consolidado

Expresado en millones de pesos y de U.S. dólares

	Ene - Mar 2005	
	Ps.	USD <sup>(1)</sup>
Utilidad neta	695	62
Cargos virtuales a la utilidad neta	460	41
	1,155	103
Inversión de capital en trabajo		
Cuentas por cobrar	425	38
Inventarios	(14)	(1)
Pagos anticipados e impuestos por recuperar	(313)	(28)
Intereses por pagar	70	6
Proveedores	(491)	(44)
Dividendos por pagar	623	56
Obligaciones fiscales por pagar	(705)	(63)
Otros pasivos	56	5
	(349)	(31)
<b>RNGO<sup>(2)</sup></b>	806	72
Recursos netos utilizados en actividades de inversión	(221)	(20)
Dividendos decretados	(623)	(56)
Otras transacciones financieras	(367)	(33)
<b>Incremento neto en efectivo</b>	(405)	(36)
Efectivo al inicio del ejercicio	3,646	326
Efectivo al final del ejercicio	3,241	290

(1) Considera un tipo de cambio de Ps. 11.1710 por U.S. dólar

(2) Recursos netos generados por la operación

## RESULTADOS DE OPERACIÓN EN MÉXICO

### *Ingresos*

Los ingresos en nuestros territorios mexicanos fueron de Ps. 6,097 millones en el primer trimestre de 2005, una disminución de 3.5% comparado con el mismo periodo de 2004, debido principalmente a un menor precio promedio por caja unidad. El precio promedio por caja unidad en el primer trimestre de 2005 fue de Ps. 26.70 (US\$2.39), una disminución de 3.1% comparado con el mismo primer trimestre de 2004. Esto fue resultado de un cambio en la mezcla de empaques hacia presentaciones familiares, las cuales tienen un precio promedio por caja unidad menor. Excluyendo el volumen de agua *Ciel* en las presentaciones de 5.0, 19.0 y 20.0 litros nuestro precio promedio fue de Ps. 30.70 (US\$2.75).

El volumen total de ventas fue de 227.7 millones de cajas unidad, permaneciendo prácticamente sin cambio en el primer trimestre de 2005 comparado con el mismo periodo de 2004. El volumen de ventas de refrescos fue de 182.3 millones de cajas unidad en el primer trimestre de 2005, un ligero decremento de 0.3% comparado con el mismo trimestre de 2004 debido a un menor volumen de ventas de refrescos de sabores. El segmento de bebidas no carbonatadas, excluyendo agua, creció 21.1% en el primer trimestre de 2005 partiendo de una base muy baja, impulsado por *Powerade*, *Nestea* y *Keloco*, cada uno representado un tercio del crecimiento.

### *Utilidad de Operación*

En el primer trimestre de 2005, los mayores precios de la resina de polietileno de tereftalato (“PET”) fueron compensados por una reducción de nuestro costo de edulcorante y de otras materias primas, y por eficiencias logradas a lo largo de nuestra red de distribución, resultando en una disminución del costo por caja unidad de 1.3%. La utilidad bruta en términos absolutos decreció 5.3% debido a menores ingresos, resultando en un margen bruto de 51.7%, una disminución de 100 puntos base comparado con el mismo periodo de 2004.

Los gastos de operación decrecieron 1.9% a Ps. 2,075 millones, debido a menores costos de mantenimiento de nuestros activos de distribución y mercadotecnia en el primer trimestre de 2005, como resultado de mejores condiciones negociadas con nuestros proveedores. Los menores ingresos y el impacto por mayores precios de la resina PET, fueron compensados parcialmente por eficiencias operativas resultando en una utilidad de operación de Ps. 1,078 millones en el primer trimestre de 2005, una disminución de 11.3% comparado con el mismo periodo de 2004. El margen de operación fue 17.7% en el primer trimestre de 2005, una reducción de 150 puntos base comparado con el mismo periodo de 2004.

## RESULTADOS DE OPERACIÓN EN CENTROAMÉRICA (Guatemala, Nicaragua, Costa Rica y Panamá)

### *Ingresos*

Los ingresos en Centroamérica fueron Ps. 846 millones en el primer trimestre de 2005, una disminución de 3.3% comparado con el mismo periodo de 2004. Esta disminución fue resultado de un menor precio por caja unidad el cual representó cerca del 60% de la disminución y el menor volumen de ventas representó el balance. El precio promedio por caja unidad decreció 1.7% a Ps. 32.28 (US\$ 2.89), debido a un cambio en la mezcla de empaques hacia presentaciones familiares.

El volumen total de ventas en nuestros territorios centroamericanos fue de 26.2 millones de cajas unidad, una disminución de 1.1% comparado con el mismo trimestre de 2004, debido principalmente a una reducción de 1.2% en el volumen de ventas de refrescos, el cual fue resultado de cambios en la dinámica competitiva en algunos de nuestros territorios en Centroamérica. Los menores volúmenes de ventas en Nicaragua y Panamá fueron parcialmente compensados por el crecimiento del volumen de ventas en Guatemala.

### *Utilidad de Operación*

La utilidad bruta durante el primer trimestre de 2005 decreció 1.2% en términos absolutos comparado con el primer trimestre de 2004, sin embargo, el margen bruto incrementó 100 puntos base a 48.4% como resultado de iniciativas de reducción de costos de manufactura a lo largo de la región, las cuales compensaron por completo los mayores precios de edulcorante y de PET.

Nuestra utilidad de operación incrementó 7.4% a Ps. 113 millones en el primer trimestre de 2005 comparado con el mismo periodo de 2004, como resultado de la reducción de 4.1% en los gastos de operación. Esta reducción se debió a menores costos de mantenimiento en nuestro equipo de distribución y mercadotecnia derivado de mejores prácticas de ejecución, dando como resultado un 13.3% de margen de operación, una mejora de 130 puntos base comparado con el mismo trimestre de 2004.

## RESULTADOS DE OPERACIÓN EN COLOMBIA

### *Ingresos*

Los ingresos totales fueron Ps. 1,068 millones en el primer trimestre de 2005, un incremento de 8.6% comparado con el mismo periodo de 2004. Más del 85% del incremento en ingresos totales fue resultado de mayores precios promedio por caja unidad. Nuestro precio promedio por caja unidad creció 7.3% a Ps. 25.36 (US\$2.27) como resultado de incrementos de precio implementados durante 2004 y a la apreciación del peso colombiano frente al U.S. dólar.

El volumen total de ventas creció 1.0% alcanzando 42.1 millones de cajas unidad, impulsado por el crecimiento de 2.8% del volumen de refrescos comparado con 2004, lo cual compensó por completo la disminución del volumen de ventas en nuestra categoría de agua embotellada. El crecimiento del volumen de ventas de los refrescos de sabores representó la mayoría del volumen incremental de refrescos.

### *Utilidad de Operación*

Nuestra utilidad bruta en el primer trimestre de 2005 creció 9.4% a Ps. 477 millones, comparado con Ps. 436 millones en el mismo periodo de 2004, resultando en un margen bruto de 44.7%, una mejora de 40 puntos base. Los ahorros logrados a través de la consolidación de nuestras plantas productivas más que compensaron los incrementos en el costo de empaque derivados de un cambio en la mezcla de empaque hacia presentaciones no-retornables.

Los gastos de operación disminuyeron 3.5% en el primer trimestre de 2005, como resultado principalmente de una optimización del número de empleados que se llevó a cabo durante el primer trimestre de 2004 y a menores costos de mantenimiento. Nuestra utilidad de operación en términos absolutos más que se duplicó a Ps. 95 millones durante el primer trimestre de 2005, representando un incremento de 134.8% comparado con el primer trimestre de 2004. El margen de operación alcanzó 8.9% en el primer trimestre de 2005, una expansión de 480 puntos base en el margen comparado con el primer trimestre de 2004.

## RESULTADOS DE OPERACIÓN EN VENEZUELA

### *Ingresos*

Los ingresos totales durante el primer trimestre de 2005 fueron Ps. 1,082 millones, un incremento de 7.5% comparado con el mismo periodo de 2004, como resultado del incremento del precio promedio de 8.8%, el cual compensó por completo la caída en el volumen de ventas. El precio promedio por caja unidad durante el trimestre fue de Ps. 26.76 (US\$ 2.40), un incremento de 8.8% como resultado de los incrementos de precio implementados durante la segunda mitad de 2004.

El volumen total de ventas durante el trimestre fue de 40.4 millones de cajas unidad, una disminución de 1.2% comparado con 40.9 millones de cajas unidad en el primer trimestre de 2004. La disminución de volumen fue resultado del menor volumen de ventas de nuestras bebidas no carbonatadas, el cual fue parcialmente compensado por el ligero incremento del volumen de ventas de refrescos.

### *Utilidad de Operación*

La utilidad de operación durante el primer trimestre de 2005 fue Ps. 451 millones, un incremento de 13.5% comparado con Ps. 398 millones en el mismo periodo de 2004, resultando en una expansión del margen bruto de 220 puntos base comparado con 2004. El incremento en la utilidad bruta fue resultado de mayores ingresos totales, los cuales compensaron por completo mayores costos de empaque derivados de un cambio en la mezcla de empaque hacia presentaciones no-retornables.

Los gastos de operación incrementaron 270 puntos base como porcentaje de los ingresos totales, como resultado de mayores gastos de venta debido a mayores costos de flete y salarios más altos, ambos crecieron por arriba de la inflación. Nuestra utilidad de operación en el primer trimestre de 2005 fue de Ps. 67 millones, un ligera disminución de 1.5% comparado con el primer trimestre de 2004, resultando en un margen de operación de 6.2%, una contracción del margen de 50 puntos base comparado con el mismo periodo de 2004.

## RESULTADOS DE OPERACIÓN EN BRASIL

### *Ingresos*

Nuestros ingresos totales alcanzaron Ps. 1,394 millones en el primer trimestre de 2005, una mejora de 13.1% comparado con el mismo periodo de 2004. Los incrementos en el precio promedio y un mayor volumen de ventas representaron el 50% del incremento en ingresos respectivamente. El precio promedio por caja unidad creció 5.6% a Ps. 19.54 (US\$1.75) en el primer trimestre de 2005, como resultado principalmente de mayores ingresos de cerveza e incrementos de precio implementados en la segunda mitad de 2004.

El volumen total de ventas incrementó 7.1% en el primer trimestre de 2005 a 71.1 millones de cajas unidad, incluyendo un crecimiento de refrescos de 10.0% y el crecimiento de agua embotellada de 41.9%, los cuales más que compensaron la caída de volumen de ventas de cerveza. El crecimiento del volumen de ventas, excluyendo cerveza, fue impulsado por la marca *Coca-Cola*, la cual representó más del 50% del volumen incremental, los refrescos de sabores y el agua embotellada representaron el resto del volumen incremental en igual proporción.

### *Utilidad de Operación*

Durante el primer trimestre de 2005, nuestra utilidad bruta fue Ps. 573 millones, un incremento de 21.1% comparado con el mismo periodo de 2004. El margen bruto creció a 41.1% en el primer trimestre de 2005 comparado con 38.4% en el primer trimestre de 2004, una expansión en el margen de 270 puntos base como resultado de mayores ingresos.

Nuestros gastos de operación como porcentaje de los ingresos totales decrecieron de 31.0% en el primer trimestre de 2004 a 27.1% en el mismo periodo de 2005, como resultado de mayores ingresos en combinación con una optimización del número de empleados y mejores prácticas de mantenimiento. La utilidad de operación alcanzó Ps. 195 millones en el primer trimestre de 2005, resultando en un margen operativo de 14.0%, una mejora de 660 puntos base.

## RESULTADOS DE OPERACIÓN EN ARGENTINA

### *Ingresos*

Nuestros ingresos totales incrementaron 13.7% a Ps. 744 millones en el primer trimestre de 2005 comparado con el mismo periodo de 2004. El incremento en el precio promedio por caja unidad representó aproximadamente el 55% de este crecimiento y el crecimiento del volumen de ventas fue el balance. El precio promedio por caja unidad creció 8.2% a Ps. 18.04 (US\$1.62), como resultado de incrementos de precio implementados a principio de año.

El volumen total de ventas alcanzó 39.3 millones de cajas unidad durante el primer trimestre de 2005, un incremento de 5.9% comparado con el mismo periodo de 2004. El volumen de ventas de refrescos contribuyó en más de un 80% del incremento y el balance fueron las bebidas no carbonatadas. Durante el primer trimestre de 2005 las bebidas no carbonatadas, excluyendo agua, más que duplicaron su volumen total de ventas partiendo de una base baja en el primer trimestre de 2004.

### *Utilidad de Operación*

La utilidad bruta alcanzó Ps. 285 millones durante el primer trimestre de 2005, un incremento de 12.6% comparado con el mismo periodo de 2004. Nuestro margen bruto decreció ligeramente de 38.6% en el primer trimestre de 2004 a 38.3%, como resultado de mayores precios de PET, los cuales más que compensaron los menores precios de edulcorantes.

Los gastos de operación incrementaron 13.4% en el primer trimestre de 2005, permaneciendo prácticamente sin cambio como porcentaje de los ingresos totales, debido principalmente a un incremento de salarios obligatorio implementado en el trimestre y a una mayor introducción de envases retornables al mercado como resultado de nuestra estrategia de fortalecer nuestro volumen de ventas en presentaciones retornables. A pesar de mayores costos de operación, la utilidad de operación incrementó 11.6% a Ps. 124 millones, resultando en un margen de operación de 16.7%.

## EVENTOS RECIENTES

- Los accionistas en la asamblea anual celebrada el 8 de marzo de 2005, aprobaron el pago de un dividendo por la cantidad de Ps. 620 millones. La fecha de registro será el 3 de mayo de 2005 y el pago será por la cantidad de Ps.0.336 por cada acción ordinaria, equivalente a Ps. 3.36 por ADR.

## INFORMACIÓN PARA LA CONFERENCIA TELEFÓNICA

Nuestra Conferencia telefónica del primer trimestre de 2005 se llevará a cabo el 28 de abril de 2005 a las 10:30 A.M. Tiempo del Este (9:30 A.M. hora de México). Para participar en la Conferencia telefónica, favor de marcar: U.S. locales: 800-901-5226 e Internacional: 617-786-4513. Adicionalmente estará disponible la transmisión en vivo a través de internet en [www.coca-colafemsa.com](http://www.coca-colafemsa.com)

Si usted no puede participar en la Conferencia en tiempo real, una repetición de la misma estará disponible hasta el 5 de mayo De 2005. Para escuchar la repetición, favor de marcar: U.S. locales: 888-286-8010. Internacional: 617-801-6888. Contraseña: 98344233.



Coca-Cola FEMSA, S.A. 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 y parte del estado de Goias) 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 30 plantas embotelladoras en los países en Latinoamérica y atiende aproximadamente 1,500,000 detallistas en la región. The Coca-Cola Company tiene una participación del 39.6% en el capital accionario 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 (PCGA mexicanos). Todas las cifras están expresadas en pesos mexicanos constantes con poder adquisitivo al 31 de marzo de 2005. Para fines de comparación las cifras de la compañía para 2005 y 2004, han sido re-expresadas tomando en cuenta la inflación local de cada uno de los países con referencia al índice de precios al consumidor y convertidas de la moneda local a pesos mexicanos usando el tipo de cambio al 31 de marzo de 2005. Además, todas las comparaciones para el primer trimestre de 2005 contenidas en este reporte, han sido hechas contra cifras del periodo comparable de 2004, 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 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 7 págs de tablas)

### Estado de Situación Financiera Consolidado

Expresado en millones de Pesos mexicanos de Poder Adquisitivo al 31 de marzo de 2005

<b>ACTIVO</b>	<b>Mar-05</b>		<b>Dic-04</b>	
<b>Activos circulantes</b>				
Efectivo y valores de realiz. inm.	Ps.	3,241	Ps.	3,646
Total cuentas por cobrar		1,707		2,132
Impuestos por recuperar		1,023		806
Inventarios		2,469		2,514
Pagos anticipados		198		102
Instrumentos derivados financieros		585		0
<b>Total activos circulantes</b>		<b>9,223</b>		<b>9,201</b>
<b>Propiedad, planta y equipo</b>				
Propiedad, planta y equipo		30,554		30,510
Depreciación acumulada		-13,087		-12,791
Botellas y cajas, neto		939		1,045
<b>Total propiedad, planta y equipo</b>		<b>18,406</b>		<b>18,763</b>
<b>Inversión en acciones</b>		<b>432</b>		<b>425</b>
<b>Impuestos diferidos</b>		<b>1,271</b>		<b>1,364</b>
<b>Cargos diferidos, neto</b>		<b>1,442</b>		<b>1,470</b>
<b>Activos intangibles</b>		<b>36,412</b>		<b>36,399</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>Ps.</b>	<b>67,187</b>	<b>Ps.</b>	<b>67,621</b>

<b>PASIVO Y CAPITAL CONTABLE</b>	<b>Mar-05</b>		<b>Dic-04</b>	
<b>Pasivo circulante</b>				
Deuda a corto plazo y documentos	Ps.	3,035	Ps.	3,306
Intereses por pagar		386		316
Proveedores		3,658		4,149
Instrumentos derivados financieros		167		0
Otros pasivos		3,038		3,055
<b>Pasivo circulante</b>		<b>10,283</b>		<b>10,825</b>
Préstamos bancarios a largo plazo		21,747		21,922
Plan de pensiones, prima de antigüedad y otros		669		661
Impuestos diferidos		1,203		1,402
Otros pasivos		2,724		2,522
<b>Total pasivo</b>		<b>36,626</b>		<b>37,333</b>
<b>Capital Contable</b>				
Interés minoritario		721		707
Interés mayoritario:				
Capital social		2,815		2,815
Prima en suscripción de acciones		12,045		12,045
Utilidades retenidas		16,882		12,087
Utilidad neta del periodo		695		5,419
Resultado acumulado por tenencia de activos no monetarios		-2,598		-2,784
<b>Total interés mayoritario</b>		<b>29,840</b>		<b>29,582</b>
<b>Total capital contable</b>		<b>30,561</b>		<b>30,289</b>
<b>TOTAL PASIVO Y CAPITAL</b>	<b>Ps.</b>	<b>67,187</b>	<b>Ps.</b>	<b>67,621</b>

## Estado de Resultados

Expresado en millones de Pesos mexicanos<sup>(1)</sup> de Poder Adquisitivo al 31 de marzo de 2005

	<b>1T 05</b>	<b>1T 04</b>
Volumen (MCU)	446.8	440.8
Precio promedio por caja unidad	25.00	24.94
Ventas netas	11,172.2	10,994.5
Otros ingresos de operación	57.6	74.4
Ingresos totales	11,229.8	11,068.9
Costo de ventas	5,880.8	5,764.8
Utilidad bruta	5,349.0	5,304.1
Gastos de Operación	3,660.1	3,659.1
Utilidad de operación	1,688.9	1,645.0
Gastos financieros	547.5	601.4
Productos financieros	58.0	37.7
Gastos financieros, neto	489.5	563.7
Pérdida (ganancia) cambiaria	(14.9)	(61.0)
Ganancia por posición monetaria	(183.2)	(476.7)
Costo integral de financ.	291.4	26.0
Otros (prod.), gastos, neto	111.6	71.5
Utilidad antes de impuestos	1,285.9	1,547.5
Impuestos	579.2	641.8
Utilidad neta consolidada	706.7	905.7
Utilidad mayoritaria	695.0	905.5
Utilidad minoritaria	11.7	0.2
Utilidad de operación	1,688.9	1,645.0
Depreciación	305.0	327.9
Amortización y Otros cargos virtuales <sup>(2)</sup>	273.0	284.6
Flujo operativo <sup>(3)</sup>	2,266.9	2,257.5

(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.

## Operaciones en México y Centroamérica

### Operaciones en México

Expresado en millones de Pesos mexicanos(1) de Poder Adquisitivo al 31 de marzo de 2005

	1T 05 %Ing		1T 04 %Ing	
Volumen (MCU)	227.7		228.3	
Precio promedio por caja unidad	26.70		27.55	
Ventas netas	6,079.1		6,288.7	
Otros ingresos de operación	17.9		32.0	
Ingresos totales	6,097.1	100.0%	6,320.7	100.0%
Costo de ventas	2,944.2	48.3%	2,991.2	47.3%
Utilidad bruta	3,152.9	51.7%	3,329.5	52.7%
Gastos de Operación	2,074.9	34.0%	2,114.5	33.5%
Utilidad de operación	1,078.0	17.7%	1,215.0	19.2%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales <sup>(2)</sup>	333.7	5.5%	357.0	5.6%
Flujo Operativo <sup>(3)</sup>	1,411.8	23.2%	1,571.9	24.9%

(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

### Operaciones en Centroamérica

Expresado en millones de Pesos mexicanos(1) de Poder Adquisitivo al 31 de marzo de 2005

	1T 05 %Ing		1T 04 %Ing	
Volumen (MCU)	26.2		26.5	
Precio promedio por caja unidad	32.28		32.87	
Ventas netas	845.8		871.1	
Otros ingresos de operación	0.3		3.7	
Ingresos totales	846.2	100.0%	874.8	100.0%
Costo de ventas	436.5	51.6%	460.3	52.6%
Utilidad bruta	409.7	48.4%	414.5	47.4%
Gastos de Operación	297.0	35.1%	309.6	35.4%
Utilidad de operación	112.7	13.3%	104.9	12.0%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales <sup>(2)</sup>	55.6	6.6%	60.9	7.0%
Flujo Operativo <sup>(3)</sup>	168.4	19.9%	165.8	19.0%

(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

### Operaciones en Colombia

Expresado en millones de Pesos mexicanos(1) de Poder Adquisitivo al 31 de marzo de 2005

	1T 05 %Ing		1T 04 %Ing	
Volumen (MCU)	42.1		41.6	
Precio promedio por caja unidad	25.36		23.63	
Ventas netas	1,067.5		983.0	
Otros ingresos de operación	-		-	
Ingresos totales	1,067.5	100.0%	983.0	100.0%
Costo de ventas	590.7	55.3%	547.0	55.7%
Utilidad bruta	476.8	44.7%	436.0	44.3%
Gastos de Operación	381.7	35.8%	395.5	40.2%
Utilidad de operación	95.1	8.9%	40.5	4.1%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales <sup>(2)</sup>	70.0	6.6%	80.9	8.2%
Flujo Operativo <sup>(3)</sup>	165.0	15.5%	121.4	12.3%

(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

### Operaciones en Venezuela

Expresado en millones de Pesos mexicanos(1) de Poder Adquisitivo al 31 de marzo de 2005

	1T 05 %Ing		1T 04 %Ing	
Volumen (MCU)	40.4		40.9	
Precio promedio por caja unidad	26.76		24.59	
Ventas netas	1,081.3		1,005.9	
Otros ingresos de operación	1.1		0.5	
Ingresos totales	1,082.3	100.0%	1,006.4	100.0%
Costo de ventas	630.9	58.3%	608.7	60.5%
Utilidad bruta	451.4	41.7%	397.7	39.5%
Gastos de Operación	384.6	35.5%	329.9	32.8%
Utilidad de operación	66.8	6.2%	67.8	6.7%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales <sup>(2)</sup>	54.3	5.0%	57.9	5.8%
Flujo Operativo <sup>(3)</sup>	121.1	11.2%	125.7	12.5%

(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

## Operaciones en Brasil

Expresado en millones de Pesos mexicanos(1) de Poder Adquisitivo al 31 de marzo de 2005

	1T 05 %Ing		1T 04 %Ing	
Volumen (MCU)	71.1		66.4	
Precio promedio por caja unidad	19.54		18.51	
Ventas netas	1,389.5		1,228.9	
Otros ingresos de operación	4.2		2.9	
Ingresos totales	1,393.7	100.0%	1,231.8	100.0%
Costo de ventas	821.1	58.9%	758.9	61.6%
Utilidad bruta	572.6	41.1%	472.9	38.4%
Gastos de Operación	377.4	27.1%	381.9	31.0%
Utilidad de operación	195.1	14.0%	91.0	7.4%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales <sup>(2)</sup>	31.8	2.3%	23.5	1.9%
Flujo Operativo <sup>(3)</sup>	227.0	16.3%	114.4	9.3%

(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

## Operaciones en Argentina

Expresado en millones de Pesos mexicanos(1) de Poder Adquisitivo al 31 de marzo de 2005

	1T 05 %Ing		1T 04 %Ing	
Volumen (MCU)	39.3		37.1	
Precio promedio por caja unidad	18.04		16.69	
Ventas netas	708.9		619.3	
Otros ingresos de operación	35.4		35.3	
Ingresos totales	744.3	100.0%	654.6	100.0%
Costo de ventas	459.6	61.7%	401.7	61.4%
Utilidad bruta	284.8	38.3%	252.9	38.6%
Gastos de Operación	160.4	21.6%	141.5	21.6%
Utilidad de operación	124.3	16.7%	111.4	17.0%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales <sup>(2)</sup>	32.5	4.4%	32.4	5.0%
Flujo Operativo <sup>(3)</sup>	156.8	21.1%	143.8	22.0%

(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

**INFORMACION RELEVANTE**

Por los tres meses terminados de marzo 31 de 2005

**VOLUMEN**

Expresado en millones de cajas unidad

	1T 2004				
	Refrescos	Agua	Cerveza	Otros	Total
México	182.9	44.4	0.0	1.0	228.3
Centroamérica	24.8	1.2	0.0	0.5	26.5
Colombia	35.6	5.9	0.0	0.1	41.6
Venezuela	34.7	3.7	0.0	2.5	40.9
Brasil	52.0	3.1	10.9	0.4	66.4
Argentina	36.7	0.3	0.0	0.1	37.1
<b>Total</b>	<b>366.7</b>	<b>58.6</b>	<b>10.9</b>	<b>4.6</b>	<b>440.8</b>

	1T 2005				
	Refrescos	Agua	Cerveza	Otros	Total
México	182.3	44.2	0.0	1.2	227.7
Centroamérica	24.5	1.2	0.0	0.5	26.2
Colombia	36.6	5.4	0.0	0.1	42.1
Venezuela	35.0	3.3	0.0	2.1	40.4
Brasil	57.2	4.4	9.0	0.5	71.1
Argentina	38.5	0.4	0.0	0.4	39.3
<b>Total</b>	<b>374.1</b>	<b>58.9</b>	<b>9.0</b>	<b>4.8</b>	<b>446.8</b>

**MEZCLA POR PRESENTACION**

Como porcentaje de volumen total

	1T 2004			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafón
México	28.8	55.2	1.3	14.7
Centroamerica	50.7	44.9	4.4	-
Colombia	53.4	36.8	3.1	6.7
Venezuela	32.1	61.0	2.6	4.3
Brasil <sup>(1)</sup>	10.2	87.0	2.8	-
Argentina	27.5	69.1	3.4	-

	1T 2005			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafón
México	27.9	56.2	1.2	14.7
Centroamerica	45.1	50.8	4.1	-
Colombia	49.5	41.0	3.2	6.3
Venezuela	25.1	69.1	2.6	3.2
Brasil <sup>(1)</sup>	11.1	86.1	2.8	-
Argentina	27.0	70.1	2.9	-

(1) Las presentaciones retornables de refrescos fueron 4.6% y 5.9% del volumen total de ventas en el primer trimestre de 2004 y 2005, respectivamente

**Marzo 2005**  
**Información macroeconómica**

	Inflación		Tipo de Cambio (Por U.S. Dólar)		
	12M	1T 05	Mar 2005	Dic 2004	Mar 2004
México	4.39%	0.79%	11.1710	11.1460	11.1740
Colombia	4.55%	2.13%	2,376.4800	2,389.7500	2,678.1600
Venezuela	15.80%	3.33%	2,150.0000	1,920.0000	1,920.0000
Brasil	5.47%	-1.51%	2.6662	2.6544	2.9086
Argentina	7.86%	3.64%	2.9200	2.9800	2.8600