

FEMSA reporta ingresos récord de 26,886 millones de pesos en el 2T05

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

Datos Sobresalientes del Segundo Trimestre 2005

FEMSA

- **Los ingresos totales aumentaron 11.2% ascendiendo a 26,886 millones de pesos (2,498 millones de dólares)**, impulsados por el extraordinario ritmo de crecimiento de Oxxo y un excelente desempeño de Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza.
- **La utilidad de operación aumentó 13.5% ascendiendo a 4,258 millones de pesos (396 millones de dólares)**, gracias al crecimiento de Coca-Cola FEMSA y Oxxo.
- **La utilidad antes de impuestos se incrementó 38.9%**, sin embargo la utilidad neta disminuyó 26.7% ascendiendo a 2,116 millones de pesos (197 millones de dólares), ya que el 2T04 incluyó un beneficio fiscal no-recurrente en Coca-Cola FEMSA.
- **FEMSA disminuyó su deuda neta en 20.0% en términos de dólares, en comparación con el 1T05**, principalmente por el pago de 500 millones de dólares de créditos puente, con los recursos obtenidos en la colocación de acciones.

Unidades de Negocio

- **Coca-Cola FEMSA incrementó 9.5% su volumen total de ventas y aumento 23.4% su utilidad de operación.** El volumen de ventas se incrementó en todos los territorios.
- **FEMSA Cerveza aumentó 4.1% su volumen de ventas nacional y 9.4% el de exportación.** Sin embargo, tuvo una reducción de 2.5% en su utilidad de operación.
- **Oxxo incrementó sus ingresos totales 23.5%**, impulsados por 97 nuevas tiendas netas y un incremento de 6.3% en las ventas-mismas-tiendas. Además, expandió su margen de operación en 40 puntos base.

"Alcanzamos un buen desempeño, tanto en el segundo trimestre como en lo que va del año. Todos nuestros negocios aumentaron sus ventas. Coca-Cola FEMSA, particularmente tuvo excelentes resultados operativos, gracias a una extraordinaria ejecución en el mercado y la mejora del entorno de la industria de refrescos. En FEMSA, a nivel consolidado, registramos un crecimiento de dos dígitos en utilidad de operación, así como una expansión de nuestro margen operativo. Por otra parte y de igual relevancia, la implementación de iniciativas para consolidarnos como una empresa integrada de bebidas, siguen en marcha de acuerdo a lo planeado", comentó José Antonio Fernández Carbajal, presidente y director general de FEMSA.

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



FEMSA Consolidado

Los **ingresos totales** se incrementaron 11.2% ascendiendo a 26,886 millones de pesos en el 2T05, como resultado del aumento de 23.5% en los ingresos de Oxxo, 10.7% en Coca-Cola FEMSA y de 6.3% en FEMSA Cerveza.

Para el primer semestre del 2005, los ingresos totales de FEMSA se incrementaron 9.2% ascendiendo a 49,733 millones de pesos.

La **utilidad bruta** se incrementó 11.0% ascendiendo a 12,778 millones de pesos en el 2T05, dada la estabilidad en el margen bruto de 47.5% de los ingresos totales. Esto fue resultado de la mejora en 40 puntos base en Coca-Cola FEMSA, que compensó la contracción del margen bruto también de 40 puntos base en FEMSA Cerveza y la mayor contribución de las operaciones de Oxxo, las cuales expandieron su margen este trimestre y siguen manteniendo un margen menor al de nuestras operaciones de bebidas.

Para el primer semestre del 2005, la utilidad bruta se incrementó 8.2% ascendiendo a 23,211 millones de pesos. El margen bruto disminuyó 40 puntos base a 46.7% de los ingresos totales en comparación al mismo período del 2004, principalmente por la mayor contribución de Oxxo.

La **utilidad de operación** se incrementó 13.5% ascendiendo a 4,258 millones de pesos en el 2T05, resultando en una mejora de 30 puntos base en el margen de operación, el cual alcanzó 15.8% de los ingresos. Al igual que con la utilidad bruta, este crecimiento se atribuye a la mejora en el margen de Coca-Cola FEMSA que compensó la reducción de FEMSA Cerveza y la mayor contribución de Oxxo en los resultados consolidados.

Para el primer semestre del 2005, la utilidad de operación se incrementó 9.0% ascendiendo a 6,995 millones de pesos. El margen de operación consolidado se mantuvo estable en 14.1% de los ingresos totales, nivel similar al del 2004.

La **utilidad neta** disminuyó 26.7% a 2,116 millones de pesos en el 2T05, debido al beneficio fiscal registrado por Coca-Cola FEMSA en el 2T04. La utilidad antes de impuestos creció 38.9%, como resultado del efecto neto de (1) un crecimiento de 13.5 en la utilidad de operación, antes mencionado, (2) una ganancia por fluctuación cambiaria de 153 millones de pesos, dada la apreciación del peso contra el dólar estadounidense sobre nuestros pasivos netos en dólares, (3) un incremento de 14.3% en el gasto financiero neto alcanzando 901 millones de pesos debido a la deuda contratada para la recompra del 30% de FEMSA Cerveza en julio y agosto del 2004 y (4) una pérdida por posición monetaria de 22 millones de pesos, la cual fue una reducción en comparación con el 2T04. Los impuestos reconocidos durante el trimestre sumaron 1,260 millones de pesos en comparación con un impuesto a favor de FEMSA de 457 millones de pesos durante el 2T04. Como se comunicó el año pasado, los impuestos del 2T04 incluyen 1,313 millones de pesos de un beneficio fiscal no-recurrente de Coca-Cola FEMSA. Para efectos de comparación, excluyendo este beneficio fiscal, la tasa efectiva de impuestos para el 2T05 fue 37.3%, contra 35.2% en el 2T04.

La **utilidad neta mayoritaria** por Unidad¹ FEMSA fue de 1.186 pesos en el 2T05. La utilidad neta mayoritaria por cada ADS de FEMSA, usando un tipo de cambio de 10.76 pesos por dólar, fue de 1.102 dólares en el trimestre.

La **inversión en activo fijo** disminuyó 15.0% a 1,469 millones de pesos en el 2T05, reflejado principalmente una menor inversión en FEMSA Cerveza y en Oxxo.

¹ Las Unidades de FEMSA consisten en Unidades FEMSA BD y Unidades FEMSA B. Cada Unidad FEMSA BD está compuesta por una Acción Serie B, dos Acciones Serie D-B y dos Acciones Serie D-L. Cada Unidad FEMSA B está compuesta por cinco Acciones Serie B. El número de Unidades FEMSA en circulación al 30 de junio del 2005 fue 1,192,742,090, equivalente al número total de acciones en circulación a la misma fecha, dividido entre 5.

Deuda neta consolidada. Al 30 de junio del 2005, FEMSA registró un saldo de efectivo de 10,276 millones de pesos (955 millones de dólares), deuda a corto plazo de 632 millones de pesos (59 millones de dólares) y deuda a largo plazo de 40,473 millones de pesos (3,760 millones de dólares), para un balance de deuda neta de 30,829 millones de pesos (2,864 millones de dólares). Esto representa una reducción del 22.8% con respecto al 31 de marzo del 2005, es decir 716 millones de dólares menos de deuda neta.

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** aumentó 4.1% a 6.528 millones de hectolitros en el 2T05, resultado del aumento en el volumen de ventas en todo México, impulsado principalmente por nuestras marcas *Tecate Light, Sol e Indio*. Este resultado se logró a pesar de tener una comparación difícil, ya que en el 2T04 crecimos por encima del volumen de la industria y obtuvimos un efecto positivo debido a que la semana santa se celebró en ese trimestre.

Para el primer semestre del 2005, el volumen de ventas nacional se incrementó 4.0% a 11.853 millones de hectolitros.

El **volumen de ventas de exportación** aumentó 9.4% a 0.765 millones de hectolitros en el 2T05, impulsado por las ventas de nuestras marcas *Dos Equis y Tecate* en los Estados Unidos. A diferencia del primer trimestre del año, el segundo trimestre comenzó con niveles de inventario normales, dando lugar al sólido crecimiento en volumen. En el mercado de Estados Unidos seguimos enfocados en mejorar nuestra cobertura en los centros de consumo e incrementando la disponibilidad de nuestras marcas.

Para el primer semestre del 2005, el volumen de ventas de exportación se incrementó 3.3% a 1.218 millones de hectolitros, debido principalmente al fuerte crecimiento de volumen en el mercado de Estados Unidos en el segundo trimestre, lo cual compensó la caída observada durante el primer trimestre.

Los **ingresos totales** se incrementaron 6.3% ascendiendo a 7,372 millones de pesos en el 2T05. Esto fue resultado de un incremento de 36.1% en las ventas de exportación, dado el nuevo acuerdo comercial con Heineken USA, y el aumento de 3.0% en las ventas nacionales de cerveza. Como mencionamos en los resultados del primer trimestre, el incremento en ventas de exportación de cerveza no es comparable con el año anterior, debido a las diferencias entre el acuerdo comercial actual con Heineken USA y la asociación que teníamos con el importador anterior. El precio nacional real por hectolitro, aunque disminuyó 1.0% con respecto al 2T04, se incrementó 2.8% en términos reales en comparación con el 1T05, ya que incrementamos precios por marca, presentación y canal, durante el pasado mes de abril.

Para el primer semestre del 2005, los ingresos totales se incrementaron 5.1% ascendiendo a 13,053 millones de pesos, gracias al incremento de 5.3% en las ventas de cerveza. El volumen de ventas nacional de cerveza representó el 90.7% del volumen de ventas total de cerveza, y el restante 9.3%, corresponde a exportaciones.

El **costo de ventas** se incrementó 7.2% ascendiendo a 2,946 millones de pesos en el 2T05. Este incremento es resultado del efecto neto de (1) un incremento en los precios de materias primas para producir latas y hermetapas, que no fue compensado por la apreciación del peso mexicano contra el dólar estadounidense en términos reales, (2) un cambio en la mezcla de presentaciones hacia envases de vidrio no-retornables y latas, y (3) el incremento de costos de flete. La utilidad bruta se incrementó 5.6% ascendiendo a 4,426 millones de pesos en el 2T05, resultando en una reducción de 40 puntos base en el margen bruto, el cual alcanzó el 60.0%. Esto fue resultado de la disminución de 1.0% en el precio nacional real por hectolitro, así como el incremento en el costo de ventas antes mencionado.

Para el primer semestre del 2005, el costo de ventas se incrementó 3.8% ascendiendo a 5,330 millones de pesos. El margen bruto mejoró en 50 puntos base, alcanzando 59.2% de los ingresos totales. Esta mejora es un resultado del efecto neto entre mayores eficiencias operativas y la apreciación del peso mexicano contra el dólar estadounidense en términos reales, lo cual compensó el incremento en el precio de algunas materias primas como el aluminio, la energía y el acero en el semestre completo.

La **utilidad de operación** (antes de la deducción de servicios corporativos) disminuyó 2.5% a 1,706 millones de pesos en el 2T05. Esta disminución es resultado del incremento en gastos de administración y de venta en el trimestre. Específicamente, los gastos de administración se incrementaron 8.5% a 727 millones de pesos en el 2T05, principalmente por (1) gastos relacionados con el Sistema Integral de Negocios ("ERP"), el cual está a punto de finalizar su implementación en todas nuestras operaciones directas, y (2) el acuerdo comercial con Heineken USA.

Los gastos de venta se incrementaron 12.5% ascendiendo a 1,993 millones de pesos durante el 2T05, debido al nuevo acuerdo para nuestras exportaciones a Estados Unidos y al aumento de iniciativas de mercadotecnia. En el segundo trimestre del 2005 implementamos nuevos programas de mercadotecnia para (1) la expansión de *Sol Brava* en la región central de México, (2) el relanzamiento de *Tecate* a nivel nacional, (3) la expansión en el número de presentaciones para *Tecate Light* y (4) la promoción de *Coors Light*.

Para el resto del año, esperamos mejoras en la utilidad de operación al estabilizar los gastos relacionados con las iniciativas de mercadotecnia.

En el segundo trimestre, el margen de operación de FEMSA Cerveza disminuyó 210 puntos base a 23.1% de los ingresos totales. Esta contracción del margen trimestral es debido a la combinación de una reducción en el precio nacional por hectolitro, incrementos en los costos de ventas, mayores gastos de mercadotecnia en México y los gastos relacionados con el "ERP"; los cuales fueron parcialmente compensados por una mayor rentabilidad en nuestras exportaciones de cerveza.

Para el primer semestre del 2005, la utilidad de operación disminuyó 1.4% a 2,589 millones de pesos, registrando 19.8% de los ingresos totales.

Tiendas Oxxo – FEMSA Comercio

Los **ingresos totales** se incrementaron 23.5% ascendiendo a 7,040 millones de pesos en el 2T05. Principalmente por la apertura neta de 97 nuevas tiendas Oxxo en el trimestre y un total de 644 nuevas tiendas Oxxo en comparación con el 2T04 para llegar a un total de 3,660 Oxxos en todo el país.

Para el primer semestre del 2005, los ingresos totales se incrementaron 24.7% ascendiendo a 13,174 millones de pesos.

Las **ventas-mismas-tiendas de Oxxo** se incrementaron en un promedio de 6.3% en el 2T05, reflejando un incremento en el tráfico por tienda de 7.1%, el cual compensó una ligera reducción de 0.8% en el ticket promedio. Este incremento en el tráfico refleja la fuerte actividad promocional y las prácticas de manejo de categorías, que están permitiendo a Oxxo atraer mayor tráfico a la tienda. La escala y el ritmo de crecimiento de Oxxo nos está permitiendo desarrollar promociones exclusivas con nuestros proveedores a nivel nacional, las cuales están demostrando ser efectivas para atraer mayor tráfico a la tienda.

Para el primer semestre del 2005, las ventas-mismas-tiendas de Oxxo se incrementaron en un promedio de 7.6%. Esto refleja un incremento en el tráfico por tienda de 7.3% y un incremento en el ticket promedio de 0.3%.

La **utilidad de operación** (antes de la deducción de servicios corporativos) se incrementó 33.6%, lo cual fue superior al crecimiento de los ingresos, ascendiendo a 322 millones de pesos. El margen de operación se incrementó 40 puntos base, alcanzando 4.6% de los ingresos totales en el 2T05. Este mayor margen es resultado de un estable costo de ventas en relación con los ingresos totales y un menor nivel de gastos de operación como porcentaje de los ingresos totales. El costo de ventas se incrementó 23.8% a 5,205 millones de pesos, registrando un margen bruto de 26.1% de los ingresos totales en el 2T05. Los gastos de operación se incrementaron 20.6% a 1,513 millones de pesos en el 2T05. Los gastos de operación se incrementaron por encima del crecimiento en ventas, resultado de una mayor absorción de gastos fijos dadas las economías de escala.

Para el primer semestre del 2005, la utilidad de operación se incrementó 23.3% contribuyendo a un margen de operación estable de 3.9% en línea con el año anterior.

INFORMACIÓN PARA LA CONFERENCIA TELEFÓNICA:

La conferencia telefónica del Segundo Trimestre del 2005 se llevará a cabo el jueves 28 de julio 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) 981-4904. Adicionalmente, se transmitirá audio conferencia en vivo por Internet, para tener acceso a esta transmisión visite www.femsa.com/inversionista.

En caso de no poder participar en las opciones anteriores, la grabación de la conferencia estará disponible hasta el 3 de agosto del 2005. Para escuchar la grabación marque: (719) 457-0820, Clave: 3020674.

Se presentó cierta información financiera no auditada de FEMSA para el segundo trimestre y primer semestre del 2005 comparada con el segundo trimestre y primer semestre del 2004. 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 junio 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 segundo trimestre de:					Por los seis meses de:				
	2005	% Integral	2004	% Integral	% Crecimiento	2005	% Integral	2004	% Integral	% Crecimiento
Ventas netas	26,762	99.5	24,072	99.6	11.2	49,472	99.5	45,321	99.5	9.2
Otros ingresos de operación	124	0.5	100	0.4	24.8	261	0.5	217	0.5	20.4
Ingresos Totales	26,886	100.0	24,171	100.0	11.2	49,733	100.0	45,538	100.0	9.2
Costo de ventas	14,108	52.5	12,656	52.4	11.5	26,522	53.3	24,084	52.9	10.1
Utilidad bruta	12,778	47.5	11,515	47.6	11.0	23,211	46.7	21,454	47.1	8.2
Gastos de administración	1,706	6.3	1,707	7.1	(0.1)	3,338	6.7	3,333	7.3	0.2
Gastos de venta	6,814	25.4	6,056	25.0	12.5	12,878	25.9	11,703	25.7	10.0
Gastos de operación	8,520	31.7	7,763	32.1	9.8	16,216	32.6	15,036	33.0	7.8
Utilidad de operación	4,258	15.8	3,752	15.5	13.5	6,995	14.1	6,418	14.1	9.0
Gasto financiero	(1,064)		(886)		20.1	(2,092)		(1,688)		23.9
Producto financiero	163		98		66.3	280		197		42.1
Gasto financiero, neto	(901)		(788)		14.3	(1,812)		(1,491)		21.5
Fluctuación cambiaria	153		(322)		N.S.	170		(172)		N.S.
Ganancia por posición monetaria	(22)		37		N.S.	287		552		(48.0)
Costo integral de financiamiento	(770)		(1,073)		(28.2)	(1,355)		(1,111)		22.0
Otros (gastos) productos	(112)		(248)		(54.8)	(228)		(403)		(43.4)
Utilidad antes de impuestos	3,376		2,431		38.9	5,412		4,904		10.4
Impuestos	(1,260)		457		N.S.	(2,140)		(612)		N.S.
Utilidad neta consolidada	2,116		2,888		(26.7)	3,272		4,292		(23.8)
Utilidad mayoritaria	1,415		1,676		(15.6)	2,182		2,540		(14.1)
Utilidad minoritaria	701		1,212		(42.2)	1,090		1,752		(37.8)

EBITDA y CAPEX

Utilidad de operación	4,258	15.8	3,752	15.5	13.5	6,995	14.1	6,418	14.1	9.0
Depreciación	803	3.0	830	3.4	(3.3)	1,666	3.3	1,646	3.6	1.2
Amortización y otros	912	3.4	883	3.7	3.3	1,656	3.3	1,614	3.6	2.6
EBITDA	5,973	22.2	5,465	22.6	9.3	10,317	20.7	9,678	21.3	6.6
Inversión en activo fijo	1,469		1,728		(15.0)	2,499		3,028		(17.5)

RAZONES FINANCIERAS

	2005	2004	Var. p.p.
Liquidez(2)	1.49	1.30	0.19
Cobertura de intereses(3)	5.69	6.49	(0.80)
Apalancamiento(4)	1.02	1.11	(0.09)
Capitalización(5)	39.85%	41.48%	(1.64)

(1) Incluye el beneficio fiscal no recurrente de Ps. 1,313 millones de Coca-Cola FEMSA, obtenido en el segundo trimestre del 2004.

(2) Total activo circulante / total pasivo circulante.

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

(4) Total pasivos / total capital contable.

(5) 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.

FEMSA
Balance General Consolidado
Al 30 de junio del:
(Millones de Pesos constantes del 30 de junio del 2005)

ACTIVOS	2005	2004	% Crecimiento
Efectivo y valores de realiz. inmediata	10,276	8,247	24.6
Cuentas por cobrar	5,815	6,086	(4.5)
Inventarios	8,066	7,298	10.5
Pagos anticipados y otros	989	777	27.3
Total activo circulante	25,146	22,408	12.2
Propiedad, planta y equipo, neto	43,589	44,894	(2.9)
Activos intangibles(1)	47,279	36,562	29.3
Cargos diferidos	6,881	7,497	(8.2)
Otros activos	2,578	2,116	21.8
TOTAL ACTIVOS	125,473	113,477	10.6

PASIVOS Y CAPITAL CONTABLE

Prestamos bancarios C.P.	632	2,112	(70.1)
Vencimientos del pasivo L.P. a C.P.	3,320	2,734	21.4
Intereses por pagar	349	445	(21.6)
Pasivo de operación	12,604	11,966	5.3
Total pasivo circulante	16,905	17,257	(2.0)
Prestamos bancarios y documentos por pagar	37,153	33,207	11.9
Impuestos diferidos	3,872	4,350	(11.0)
Obligaciones laborales y otros	5,487	4,981	10.2
Total pasivos	63,417	59,795	6.1
Total capital contable	62,056	53,682	15.6
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	125,473	113,477	10.6

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

Mezcla de monedas y tasas	Junio 30, 2005			Marzo 31, 2005		
	Ps.	% Integral	Tasa Promedio	Ps.	% Integral	Tasa Promedio
Contratado en:						
Pesos mexicanos	33,001	80.3%	10.0%	31,571	68.9%	9.8%
Dólares	7,045	17.1%	7.0%	13,422	29.3%	5.3%
Pesos Colombianos	669	1.7%	9.6%	681	1.5%	9.8%
Pesos Argentinos	300	0.7%	6.7%	132	0.3%	4.2%
Quetzales Guatemaltecos	52	0.1%	6.8%	-	0.0%	0.0%
Bolivares Venezolanos	38	0.1%	11.8%	-	0.0%	0.0%
Deuda total	41,105	100.0%	9.5%	45,806	100.0%	8.4%
Tasa fija (1)	31,740	77.2%		27,575	60.2%	
Tasa variable (1)	9,365	22.8%		18,231	39.8%	

% de la Deuda total	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011+
Vencimientos de la deuda	9.6%	9.9%	6.9%	18.8%	19.5%	13.6%	21.7%

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

Coca-Cola FEMSA
Resultados de Operación
Millones de pesos

	Por el segundo trimestre de:					Por los seis meses de:				
	2005	% Integral	2004	% Integral	% Crecimiento	2005	% Integ.	2004	% Integral	% Crecimiento
Ventas netas	12,640	99.4	11,408	99.3	10.8	23,766	99.3	22,356	99.2	6.3
Otros ingresos de operación	74	0.6	76	0.7	(2.7)	165	0.7	186	0.8	(11.5)
Ingresos totales	12,714	100.0	11,484	100.0	10.7	23,931	100.0	22,542	100.0	6.2
Costo de ventas	6,408	50.4	5,836	50.8	9.8	12,217	51.1	11,536	51.2	5.9
Utilidad bruta	6,306	49.6	5,648	49.2	11.7	11,714	48.9	11,006	48.8	6.4
Gastos administración	672	5.3	710	6.2	(5.5)	1,333	5.6	1,369	6.1	(2.7)
Gastos venta	3,380	26.6	3,111	27.1	8.6	6,418	26.7	6,157	27.3	4.2
Gastos operación	4,052	31.9	3,821	33.3	6.0	7,751	32.3	7,526	33.4	3.0
Utilidad de operación	2,254	17.7	1,827	15.9	23.4	3,963	16.6	3,480	15.4	13.9
Depreciación	316	2.5	314	2.7	0.6	622	2.6	644	2.9	(3.4)
Amortización y otros	289	2.3	304	2.7	(4.9)	564	2.3	587	2.6	(3.9)
EBITDA	2,859	22.5	2,445	21.3	16.9	5,149	21.5	4,711	20.9	9.3
Inversión en activo fijo	388		315		23.2	574		754		(23.9)

Volumen de ventas
(Millones de cajas unidad)

	2005	% Integral	2004	% Integral	% Crecimiento	2005	% Integ.	2004	% Integral	% Crecimiento
México	278.6	57.2	257.0	57.8	8.4	506.3	54.8	485.2	55.5	4.3
Centroamérica	27.9	5.7	26.8	6.0	4.1	54.1	5.9	53.3	6.1	1.5
Colombia	44.5	9.1	40.0	9.1	11.3	86.6	9.4	81.5	9.3	6.2
Venezuela	45.3	9.3	40.6	9.1	11.5	85.7	9.3	81.5	9.3	5.1
Brasil	58.5	12.0	48.8	11.0	19.8	120.6	13.0	104.3	11.9	15.6
Argentina	32.1	6.6	31.4	7.1	2.4	71.4	7.7	68.5	7.8	4.2
Total Coca-Cola FEMSA	486.9	99.9	444.6	100.1	9.5	924.7	100.1	874.3	99.9	5.8

FEMSA Cerveza
Resultados de Operación
Millones de pesos

	Por el segundo trimestre de:					Por los seis meses de:				
	2005	% Integral	2004	% Integral	% Crecimiento	2005	% Integ.	2004	% Integral	% Crecimiento
Ventas nacionales de cerveza	5,798	78.6	5,629	81.1	3.0	10,399	79.7	10,125	81.5	2.7
Ventas de exportación de cerveza	791	10.8	581	8.4	36.1	1,271	9.7	959	7.7	32.5
Ventas de cerveza	6,589	89.4	6,210	89.5	6.1	11,670	89.4	11,084	89.2	5.3
Ventas de empaque	733	9.9	671	9.7	9.2	1,300	10.0	1,245	10.0	4.4
Ventas netas	7,322	99.3	6,881	99.2	6.4	12,970	99.4	12,329	99.2	5.2
Otros ingresos de operación	50	0.7	57	0.8	(12.3)	83	0.6	94	0.8	(11.7)
Ingresos totales	7,372	100.0	6,938	100.0	6.3	13,053	100.0	12,423	100.0	5.1
Costo de ventas	2,946	40.0	2,747	39.6	7.2	5,330	40.8	5,133	41.3	3.8
Utilidad bruta	4,426	60.0	4,191	60.4	5.6	7,723	59.2	7,290	58.7	5.9
Gastos de administración	727	9.9	670	9.7	8.5	1,423	10.9	1,336	10.8	6.5
Gastos de venta	1,993	27.0	1,772	25.5	12.5	3,711	28.5	3,329	26.8	11.5
Gastos de operación	2,720	36.9	2,442	35.2	11.4	5,134	39.4	4,665	37.6	10.1
Utilidad de operación antes de servicios corporativos	1,706	23.1	1,749	25.2	(2.5)	2,589	19.8	2,625	21.1	(1.4)
Servicios corporativos	105	1.4	136	2.0	(22.8)	191	1.4	273	2.2	(30.0)
Utilidad de operación	1,601	21.7	1,613	23.2	(0.7)	2,398	18.4	2,352	18.9	2.0
Depreciación	362	4.9	376	5.4	(3.7)	725	5.6	734	5.9	(1.2)
Amortización y otros	565	7.7	571	8.3	(1.1)	1,059	8.0	1,047	8.5	1.1
EBITDA	2,528	34.3	2,560	36.9	(1.3)	4,182	32.0	4,133	33.3	1.2
Inversión en activo fijo	689		803		(14.2)	1,323		1,414		(6.4)
Volumen de ventas										
(Miles de hectolitros)										
Nacional	6,528.1	89.5	6,273.1	90.0	4.1	11,853.0	90.7	11,395.0	90.6	4.0
Exportación	764.9	10.5	699.0	10.0	9.4	1,218.3	9.3	1,179.2	9.4	3.3
Total	7,293.0	100.0	6,972.1	100.0	4.6	13,071.3	100.0	12,574.2	100.0	4.0
Precio por hectolitro										
Nacional	888.2		897.3		(1.0)	877.3		888.5		(1.3)
Exportación	1,034.1		831.2		24.4	1,043.3		813.3		28.3
Total	903.5		890.7		1.4	892.8		881.5		1.3
Mezcla por presentación										
(%)										
Retornable	4,516.3	61.9	4,522.8	64.9	(0.1)	8,227.4	62.9	8,283.4	65.9	(0.7)
No Retornable	789.3	10.8	709.4	10.2	11.3	1,353.6	10.4	1,226.7	9.8	10.3
Lata	1,987.4	27.3	1,739.9	24.9	14.2	3,490.3	26.7	3,064.1	24.3	13.9
Total	7,293.0	100.0	6,972.1	100.0	4.6	13,071.3	100.0	12,574.2	100.0	4.0

FEMSA Comercio
Resultados de Operación
Millones de pesos

	Por el segundo trimestre de:					Por los seis meses de:				
	2005	% Integral	2004	% Integral	% Crecimiento	2005	% Integ.	2004	% Integral	% Crecimiento
Ventas netas	7,040	100.0	5,701	100.0	23.5	13,174	100.0	10,566	100.0	24.7
Otros ingresos de operación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ingresos totales	7,040	100.0	5,701	100.0	23.5	13,174	100.0	10,566	100.0	24.7
Costo de ventas	5,205	73.9	4,205	73.8	23.8	9,773	74.2	7,812	73.9	25.1
Utilidad bruta	1,835	26.1	1,496	26.2	22.7	3,401	25.8	2,754	26.1	23.5
Gastos de administración	120	1.7	113	2.0	6.2	227	1.7	213	2.0	6.6
Gastos de venta	1,393	19.8	1,142	20.0	22.0	2,660	20.2	2,124	20.2	25.2
Gastos de operación	1,513	21.5	1,255	22.0	20.6	2,887	21.9	2,337	22.2	23.5
Utilidad de operación antes de servicios corporativos	322	4.6	241	4.2	33.6	514	3.9	417	3.9	23.3
Servicios corporativos	25	0.4	27	0.4	(7.4)	46	0.3	56	0.5	(17.9)
Utilidad de operación	297	4.2	214	3.8	38.8	468	3.6	361	3.4	29.6
Depreciación	77	1.1	51	0.9	51.0	153	1.2	95	0.9	61.1
Amortización y otros	69	1.0	69	1.2	0.0	131	0.9	110	1.1	19.1
EBITDA	443	6.3	334	5.9	32.6	752	5.7	566	5.4	32.9
Inversión en activo fijo	279		526		(47.0)	446		767		(41.9)

Información de Tiendas de Conveniencia

Tiendas totales					3,660		3,016		21.4
Tiendas nuevas	97		119		194		218		(11.0)
Mismas tiendas: (1)									
Ventas (miles de pesos)	593.9		558.7		562.5		522.8		7.6
Tráfico	22.6		21.1		21.3		19.8		7.3
Ticket	26.3		26.5		26.4		26.4		0.3

(1) 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	
	Junio 04 - Junio-05	Marzo 05 - Junio-05	Por USD	Por Peso
México	4.33%	0.01%	10.7645	1.0000
Colombia	4.84%	1.64%	2,331.8100	0.0046
Venezuela	15.88%	4.48%	2,150.0000	0.0050
Brasil	6.46%	2.33%	2.3504	4.5799
Argentina	8.61%	2.52%	2.8900	3.7247



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
(5255) 5081-5120 / 5121

Julietta Naranjo
julietta.naranjo@kof.com.mx
(5255) 5081-5148

Oscar Garcia
oscar.garcia@kof.com.mx
(5255) 5081-5186

Website:
www.coca-colafemsa.com

2005

RESULTADOS SEGUNDO TRIMESTRE Y SEIS MESES

	Segundo Trimestre			Seis Meses		
	2005	2004	Δ%	2005	2004	Δ%
Ingresos Totales	12,715	11,484	10.7%	23,931	22,542	6.2%
Utilidad Bruta	6,306	5,648	11.6%	11,714	11,007	6.4%
Utilidad de Operación	2,254	1,827	23.4%	3,963	3,480	13.9%
Utilidad Neta Mayoritaria	1,284	1,785	-28.1%	1,984	2,693	-26.3%
Flujo Operativo ⁽¹⁾	2,859	2,445	17.0%	5,149	4,711	9.3%
Deuda Neta ⁽²⁾⁽³⁾	20,486	21,530		20,486	21,530	
Flujo Operativo ⁽¹⁾ / Gastos Financieros	5.05	3.66		4.62	3.70	
Utilidad Neta Mayoritaria por Acción	0.70	0.97		1.08	1.46	
Promedio de Acciones en Circulación	1,846.5	1,846.4		1,846.5	1,846.4	

Expresado en millones de Pesos mexicanos de Poder Adquisitivo al 30 de junio 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) Las cifras de balance de 2004 se refieren al 31 de diciembre de 2004

(3) Deuda Neta = Deuda Total - Caja

- Los ingresos totales en el segundo trimestre de 2005 incrementaron 10.7 % alcanzando Ps. 12,715 millones.
- La utilidad de operación consolidada creció 23.4% a Ps. 2,254 millones y el margen operativo mejoró 180 puntos base a 17.7% en el segundo trimestre de 2005.
- La utilidad neta consolidada decreció 28.1% a Ps. 1,284 millones, como resultado de un efecto fiscal no recurrente que incrementó la utilidad neta en el 2004. La utilidad por acción fue de Ps. 0.70 en el segundo trimestre de 2005. Excluyendo el impacto de este efecto no recurrente la utilidad neta mayoritaria hubiera crecido 129.7%.

Ciudad de México (28 de julio 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 segundo trimestre de 2005.

“Nuestros resultados del segundo trimestre, reflejan la mejora del panorama económico en nuestros territorios, aunado a las estrategias comerciales e iniciativas estructurales que se están llevando a cabo. En el entorno macroeconómico, nuestro desempeño fue favorecido por la continua recuperación económica de nuestros territorios, factores estacionales y condiciones climáticas favorables, un entorno de precios relativamente estable y la apreciación de las monedas locales frente al dólar.

En el marco operativo, estuvimos bien posicionados para sacar el mayor provecho del entorno macroeconómico favorable. Nuestro portafolio de empaques, junto con nuestra estrategia de multi-segmentación, ayudaron a impulsar el incremento de nuestros ingresos en la mayoría de nuestros territorios, mientras que nuestra mayor eficiencia en la estructura operativa impulsó el crecimiento de nuestra utilidad de operación a lo largo de la compañía.” comentó Carlos Salazar, Director General de la Compañía.

RESULTADOS CONSOLIDADOS

Nuestros ingresos consolidados incrementaron 10.7% a Ps. 12,715 millones en el segundo trimestre de 2005, como resultado de los incrementos en ingresos en todos nuestros territorios a excepción de Centroamérica; México y Brasil representaron más del 70% de nuestro crecimiento. El precio promedio por caja unidad consolidado fue Ps. 25.96 (US\$ 2.41)² 1.2% mayor durante el segundo trimestre de 2005 comparado con el mismo periodo del año anterior, debido a incrementos en los precios promedio a lo largo de todas nuestras operaciones, excepto Centroamérica.

El volumen total de ventas creció 9.5% a 486.9 millones de cajas unidad en el segundo trimestre de 2005, comparado con el mismo periodo de 2004. El crecimiento en el volumen de ventas de México y Brasil representó más del 70% de nuestro volumen incremental. El volumen de ventas de refrescos creció 7.8% a 405.5 millones de cajas unidad, impulsado por volúmenes incrementales a lo largo de todos nuestros territorios.

Nuestra utilidad bruta incrementó 11.7% a Ps. 6,306 millones en el segundo trimestre de 2005, comparado con el segundo trimestre de 2004; México y Brasil representaron más del 80% de nuestro crecimiento. El margen bruto aumentó 40 puntos base a 49.6% en el segundo trimestre de 2005 de 49.2% en el mismo periodo de 2004.

Nuestra utilidad de operación consolidada creció 23.4% a Ps. 2,254 millones en el segundo trimestre de 2005, como resultado de incrementos en la utilidad de operación en todos nuestros territorios excepto Venezuela y Argentina. México y Brasil representaron más del 90% de nuestro crecimiento. Nuestro margen operativo mejoró 180 puntos base a 17.7% en el segundo trimestre de 2005 comparado con el mismo periodo de 2004.

Durante el segundo trimestre de 2005, nuestro costo integral de financiamiento fue Ps. 284 millones, reflejando una reducción de nuestros niveles de deuda y menores gastos por interés de nuestra deuda denominada en dólares, como resultado de la apreciación del peso mexicano frente al dólar aplicado a nuestros gastos por interés denominados en dólares; y a una mayor ganancia cambiaria como resultado de la apreciación del peso mexicano frente al dólar aplicada a nuestros pasivos denominados en dólares.

Durante el segundo trimestre de 2005, la tasa efectiva de impuestos fue de 31.8 %, reflejando una menor tasa de impuestos sobre la renta en México.

Nuestra utilidad neta mayoritaria consolidada fue de Ps. 1,284 millones en el segundo trimestre de 2005, una disminución de 28.1% comparada con el segundo trimestre de 2004, debido principalmente a una devolución de impuestos no recurrente que incrementó la utilidad neta durante el 2004³. Excluyendo el impacto de este efecto no recurrente la utilidad neta mayoritaria hubiera crecido 129.7%. La utilidad por acción (“UPA”) fue de Ps. 0.70 (US\$ 0.65 por ADR) calculada con base a 1,846.5 millones de acciones en circulación (cada ADR representa 10 acciones locales).

² Considerando un tipo de cambio de Ps. 10.7645 por U.S. dólar.

³ Durante el segundo trimestre de 2004 obtuvimos una devolución de impuestos relacionada a una deducción de pérdidas generada por una venta de acciones durante 2002 por la cantidad de Ps. 1,313 millones; adicionalmente hubo un cargo a resultados relacionado con intereses y ajustes generados por un cambio de criterio en la deducción de refrigeradores en México, por la cantidad de Ps. 87 millones. El efecto neto de estas transacciones fue de Ps. 1,226 millones.

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO

Al 30 de junio de 2005, el saldo en caja de Coca-Cola FEMSA fue de Ps. 5,493 millones (US\$ 510 millones), un incremento de Ps. 1,794 millones (US\$ 166 millones) comparado con diciembre 31 de 2004, como resultado de i) nueva deuda contratada en parte para pagar vencimientos próximos de nuestros “Certificados Bursátiles”, ii) generación interna de efectivo y iii) una disminución en el capital de trabajo, lo cual fue derivado principalmente por la estacionalidad de nuestro negocio. Este incremento compensó por completo el pago de dividendos hecho durante el trimestre por la cantidad de Ps. 620 millones (US\$ 58 millones).

La deuda total a corto plazo fue de Ps. 3,235 millones (US\$ 301 millones) y la deuda a largo plazo fue de Ps. 22,744 millones (US\$ 2,113 millones), un aumento de Ps. 750 millones (US\$ 70 millones), comparado con el cierre de año de 2004, como resultado de la nueva deuda mencionada anteriormente. La deuda neta disminuyó aproximadamente Ps. 1,044 millones (US\$ 97 millones) comparado con el cierre de año de 2004, esto incluyó una disminución de Ps. 199 millones (US\$ 18 millones) debido al efecto de la apreciación del peso mexicano frente al dólar de Ps. 11.15 a Ps. 10.76 aplicada a nuestra deuda denominada en dólares en el segundo trimestre de 2005.

Durante el trimestre, la compañía refinanció exitosamente aproximadamente US\$ 322 millones de deuda bancaria, con mayores plazos y mejores condiciones de precio. El costo promedio de la deuda durante segundo trimestre fue de 9.1%.

La siguiente tabla muestra la composición de la deuda por moneda y tasa de interés, al 30 de junio de 2005:

Moneda	% Deuda Total ⁽²⁾	% Tasa de Interés Variable ⁽²⁾
U.S. dólares	22%	5%
Pesos mexicanos	74%	21%
Pesos colombianos	3%	100%
Pesos argentinos ⁽¹⁾	1%	100%

⁽¹⁾ Incluye el equivalente de US\$ 27.9 millones denominados en pesos argentinos, US\$ 3.6 millones denominados en bolívares venezolanos y US\$ 4.9 millones denominados en quetzales guatemaltecos.

⁽²⁾ Después de dar efecto a los swaps de tipo de cambio.

Estado de Cambios en la Situación Financiera Consolidado

Expresado en millones de Pesos mexicanos y U.S. dólares al 30 de junio de 2005

	Enero - Junio 2005	
	Ps.	USD ⁽¹⁾
Utilidad neta	1,974	183
Cargos virtuales	1,084	101
	3,058	284
Cambios en el capital de trabajo	(936)	(87)
RNGO⁽²⁾	2,122	197
Recursos netos utilizados en actividades de inversión	(602)	(56)
Pago de dividendos	(620)	(58)
Préstamo para refinanciar deuda a c.p.	1,270	118
Transacciones financieras	(398)	(37)
Incremento neto en efectivo	1,772	164
Efectivo al inicio del periodo	3,699	344
Efectivo al final del periodo	5,471	508

⁽¹⁾ Considera un tipo de cambio de Ps. 10.7645 por U.S. dólar

⁽²⁾ Recursos netos generados por la operación

RESULTADOS DE OPERACIÓN EN MÉXICO

Ingresos

Los ingresos totales de nuestras operaciones en México incrementaron 9.4% a Ps. 7,591 millones en el segundo trimestre de 2005, comparado con el mismo periodo del año anterior. El crecimiento del volumen de ventas representó más del 85% del incremento en ingresos. El precio promedio por caja unidad creció 0.9% a Ps. 27.19 (US\$ 2.53) durante el segundo trimestre de 2005. El incremento en el precio promedio fue resultado de incrementos de precio implementados en el primer trimestre de 2005 y un crecimiento del volumen de ventas en presentaciones personales, las cuales tiene un precio promedio por caja unidad mayor. Excluyendo el volumen de agua *Ciel* en las presentaciones de 5.0, 19.0 y 20.0 litros nuestro precio promedio fue de Ps. 31.90 (US\$ 2.96).

El volumen total de ventas incrementó 8.4% a 278.6 millones de cajas unidad en el segundo trimestre de 2005, comparado con el segundo trimestre de 2004, como resultado principalmente de i) una fuerte campaña de mercadotecnia y estrategias comerciales implementadas alrededor de la marca *Coca-Cola*, ii) dos días más de ventas que el año pasado, ya que Semana Santa cayó durante el primer trimestre este año, iii) volumen de ventas comparable bajo y, iv) temperaturas más altas en la Ciudad de México. El volumen de ventas de refrescos creció 5.6% comparado con el mismo periodo del año anterior, impulsado principalmente por la marca *Coca-Cola*. El incremento en el volumen de ventas de refrescos representó más del 50% de nuestro volumen incremental; el resto estuvo compuesto básicamente por el crecimiento del volumen de agua en presentaciones personales y garrafón. Excluyendo agua, el segmento de bebidas no carbonatadas creció 15.2% en el segundo trimestre de 2005, como resultado de crecimiento en el volumen de ventas de *Powerade* y *Nestea*.

Utilidad de Operación

Nuestra utilidad bruta aumentó 10.7% a Ps. 4,039 millones en el segundo trimestre de 2005, comparado con el mismo periodo de 2004, resultando en una expansión de 60 puntos base en el margen bruto a 53.2%. Este crecimiento fue resultado principalmente de una caída en los costos de edulcorantes y la apreciación año contra año del peso mexicano frente al dólar aplicada a nuestros costos denominados en dólares.

Los gastos de operación como porcentaje de los ingresos totales decrecieron 140 puntos base a 30.9% en el segundo trimestre de 2005, de 32.3% en el mismo periodo de 2004, como resultado de una mayor absorción de costo fijos derivada de un mayor volumen de ventas. La utilidad de operación fue de Ps. 1,691 millones en el segundo trimestre de 2005 un incrementó de 20.1% comparada con el mismo periodo del año anterior, mejorando nuestro margen de operación en 200 puntos base en el trimestre.

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

Ingresos

Los ingresos decrecieron 1.1% a Ps. 845 millones en el segundo trimestre de 2005, comparado con el mismo periodo del año anterior, derivado de menor precio promedio por caja unidad. El precio promedio por caja unidad disminuyó 5.1% a Ps. 30.22 (US\$ 2.81), debido principalmente a un entorno más competido y a un cambio en nuestra mezcla de empaques familiares hacia más grandes a lo largo de la región.

El volumen total de ventas creció 4.1% a 27.9 millones de cajas unidad en el segundo trimestre de 2005, comparado con el mismo periodo de 2004. El crecimiento en el volumen de ventas de la marca *Coca-Cola* representó más del 80% de nuestro volumen incremental y nuestro segmento de bebidas no carbonatadas, incluyendo agua, contribuyó la mayor parte del balance.

Utilidad de Operación

La utilidad bruta decreció 1.9% en el segundo trimestre de 2005, comparado con el mismo periodo de 2004, a Ps. 415 millones. Como porcentaje de los ingresos totales, el margen bruto disminuyó 40 puntos base principalmente como resultado de menores precios promedio por caja unidad.

Nuestra utilidad de operación incrementó 40.0% a Ps. 112 millones en el segundo trimestre de 2005, comparado con el mismo periodo de 2004, como resultado del 11.7% de reducción en los gastos de operación. La reducción en los gastos de operación se debió a i) una disminución en los gastos de depreciación y amortización, como resultado del incremento en el periodo utilizado para la depreciación de activos, ii) una reducción en los gastos de mercadotecnia y iii) ahorros logrados a través de esfuerzos de reducción de costos a lo largo de la región, como por ejemplo el compartir servicios administrativos. A pesar de la disminución en el margen bruto, el margen de utilidad de operación incrementó 400 puntos base a 13.3%.

RESULTADOS DE OPERACIÓN EN COLOMBIA

Ingresos

Los ingresos totales incrementaron 14.0% a Ps. 1,116 millones en el segundo trimestre de 2005, comparado con el segundo trimestre de 2004. Mayor volumen de ventas impulsó el 80% de este crecimiento y el mayor precio por caja unidad representó el resto del crecimiento. Nuestro precio promedio por caja unidad creció 2.5% a Ps. 25.08 (US\$ 2.33), como resultados de incrementos de precio implementados en mayo de 2004 y un cambio en la mezcla de empaques hacia presentaciones no retornables, las cuales tienen mayores precios por caja unidad.

El volumen total de ventas creció 11.3%, comparado con el mismo periodo de 2004, a 44.5 millones de cajas unidad en el segundo trimestre de 2005. Nuestra categoría de refrescos de sabores representó más del 75% de nuestro volumen incremental y la marca *Coca-Cola* fue representó la diferencia.

Utilidad de Operación

La utilidad bruta aumentó 12.1% a Ps. 491 millones en el segundo trimestre de 2005, comparado con el mismo periodo del año anterior, resultando en un margen bruto de 44.0%. La disminución en el margen bruto de 80 puntos base fue resultado principalmente de un cambio en la mezcla de empaques hacia presentaciones no retornables, las cuales crecieron como porcentaje del volumen total de ventas a 46.8% de 42.1% en el segundo trimestre de 2004

La utilidad de operación creció 4.1% a Ps. 101 millones en el segundo trimestre de 2005, comparado con el mismo periodo de 2004, disminuyendo ligeramente como porcentaje de los ingresos. Los gastos de operación incrementaron 14.4%, como resultado de una mayor introducción de botellas retornables en el mercado y mayores gastos de mercadotecnia, ambos relacionados con el lanzamiento de *Crush*.

RESULTADOS DE OPERACIÓN EN VENEZUELA

Ingresos

Los ingresos totales de nuestras operaciones en Venezuela incrementaron 15.9% a Ps. 1,224 millones en el segundo trimestre de 2005, comparado con el mismo periodo de 2004, debido principalmente al crecimiento en el volumen de ventas que representó más del 70% de nuestro ingreso incremental. El precio promedio por caja unidad creció 3.8% a Ps. 27.00 (US\$ 2.51), como resultado de incrementos de precio implementados en la segunda mitad del 2004.

El volumen total de ventas incrementó 11.6% a 45.3 millones de cajas unidad durante el segundo trimestre de 2005, comparado con el mismo trimestre de 2004, impulsado principalmente por el crecimiento del volumen de ventas de refrescos siendo más del 85% de nuestro volumen incremental. El volumen de ventas de agua embotellada creció 11.1% durante el trimestre.

Utilidad de Operación

La utilidad bruta incrementó 14.8% a Ps. 503 millones en el segundo trimestre de 2005, comparado con el mismo periodo del año anterior. Sin embargo, como porcentaje de los ingresos, nuestro margen bruto decreció a 41.1% en el segundo trimestre de 2005 de 41.5% en el mismo periodo de 2004. Esta disminución fue resultado de i) mayores precios de materias primas, ii) la devaluación del bolívar venezolano frente al dólar aplicado a nuestros costos denominados en dólares y iii) el cambio en la mezcla de empaques hacia presentaciones no retornables.

Los gastos de operación incrementaron 24.1% a Ps. 448 millones en el segundo trimestre de 2005, incrementando 250 puntos base a 36.6% de 34.1% en el mismo periodo de 2004. El incremento fue resultado de presiones inflacionarias reflejadas principalmente en mayores costos de flete e incrementos de salarios implementados durante el trimestre, adicionales a los incrementos implementados en la segunda mitad del 2004. Como resultado de los factores mencionados anteriormente, nuestra utilidad de operación fue Ps. 55 millones, resultando en una reducción del margen de operación 280 puntos base a 4.5% comparado con el mismo periodo de 2004.

RESULTADOS DE OPERACIÓN EN BRASIL

A partir de este trimestre, no consolidaremos la cerveza que distribuimos en nuestro volumen de ventas y ventas netas. En su lugar, la cantidad que recibimos por la distribución de cerveza en Brasil, será incluida en otros ingresos de operación. Hemos reclasificado los periodos previos en este comunicado para efectos de comparación. Consideramos que esta forma de presentar los resultados refleja de una mejor manera el desempeño de nuestras principales operaciones.

Ingresos

Nuestros ingresos totales incrementaron 22.9% a Ps. 1,343 millones en el segundo trimestre de 2005, comparado con el mismo periodo de 2004, debido principalmente al incremento en el volumen de ventas. El precio promedio por caja unidad creció 3.1% a Ps. 22.36 (US\$ 2.08) como resultado de un cambio en la mezcla de canales, hacia pequeños detallistas y lugares de consumo inmediato, los cuales venden nuestro productos con mayores precios por caja unidad.

El volumen total de ventas incrementó 19.9% a 58.5 millones de cajas unidad en el segundo trimestre de 2005. El volumen de ventas de refrescos creció 17.9% impulsado principalmente por las marcas *Coca-Cola* y *Fanta*. El volumen de agua embotellada creció 52.0% durante el trimestre como resultado de una mayor cobertura de nuestra marca *Crystal* y condiciones de clima favorables.

Utilidad de Operación

En el segundo trimestre de 2005, nuestra utilidad bruta aumentó 29.5% a Ps. 628 millones, comparado con el mismo periodo del año anterior. El margen bruto incrementó 240 puntos base a 46.8%; eficiencias de manufactura y la apreciación del real brasileño frente al dólar, aplicada a nuestros costos de materia prima, compensaron completamente el incremento de los precios internacionales de materias primas.

Nuestros gastos de operación como porcentaje de los ingresos totales decrecieron a 33.1% en el segundo trimestre de 2005 de 37.3% en el mismo periodo de 2004, como resultado de mayores ingresos en combinación mejoras operativas, como por ejemplo, incrementos en la productividad de rutas y administración de bodegas. La utilidad de operación fue Ps. 184 millones en el segundo trimestre de 2005, resultando en una expansión del margen de operación de 660 puntos base a 13.7% en el segundo trimestre de 2005, de 7.1% en el mismo periodo de 2004.

RESULTADOS DE OPERACIÓN EN ARGENTINA

Ingresos

En Argentina, nuestros ingresos totales fueron de Ps. 592 millones en el segundo trimestre de 2005 un 5.9% de crecimiento comparado con el mismo periodo del año anterior; más del 65% del crecimiento en ingresos se debió a un precio promedio por caja unidad más alto. El precio promedio por caja unidad creció 4.7% a Ps. 17.91 (US\$ 1.66) como resultado de incrementos de precio implementados durante el primer trimestre de 2005 y de la disminución de nuestras marcas de protección de valor como porcentaje del volumen de ventas totales.

Durante el segundo trimestre de 2005, el volumen total de ventas aumentó 2.2% a 32.1 millones de cajas unidad, comparado con el mismo periodo de 2004. El volumen de ventas de la categoría de bebidas no carbonatadas, incluyendo agua embotellada, duplicó su tamaño y representó más del 55% del volumen incremental, el remanente balance se debió principalmente al crecimiento de marca *Coca-Cola* y de nuestras marcas premium de refrescos.

Utilidad de Operación

La utilidad bruta incrementó 5.1% a Ps. 227 millones en el segundo trimestre de 2005, comparada con el segundo trimestre de 2004. Nuestro margen bruto fue 38.3%, una ligera disminución comparado con el segundo trimestre de 2004, debido a precios más altos de la resina de polietileno de tereftalato ("PET") y mayores costos laborales.

Los gastos de operación incrementaron 8.5% en el segundo trimestre de 2005 debido principalmente a mayores costos de flete y gastos salariales. Nuestra utilidad de operación decreció 1.4% a Ps. 73 millones en el segundo trimestre de 2005, resultando en una disminución de nuestro margen de operación a 12.4% de 13.2% en el mismo periodo de 2004.

RESUMEN DE LOS RESULTADOS DE LOS SEIS MESES

Nuestros ingresos totales consolidados incrementaron 6.2% a Ps. 23,931 millones en el primer semestre de 2005, comparados con el primer semestre de 2004, como resultado del crecimiento en todos nuestros territorios, a excepción de Centroamérica; México y Brasil representaron aproximadamente 60% del crecimiento. El precio promedio por caja unidad consolidado aumentó 0.5% a Ps. 25.70 (US\$ 2.39) en el primer semestre de 2005. Los incrementos de precios promedio en Colombia, Venezuela, Brasil y Argentina compensaron por completo menores precios promedio en México y Centroamérica.

El volumen total de ventas incrementó 5.8% a 924.7 millones de cajas unidad en el primer semestre de 2005, comparado con el mismo periodo del año anterior. El crecimiento en el volumen de ventas de México y Brasil representó más del 70% de nuestros volúmenes incrementales. El volumen de ventas de refrescos creció 5.0% alcanzando 779.9 millones de cajas, impulsado por los incrementos de volumen de todas nuestras operaciones.

Nuestra utilidad bruta fue de Ps. 11,714 millones en el primer semestre de 2005, un 6.4% de incremento comparado con el primer semestre del año anterior, como resultado de crecimiento en la utilidad bruta a lo largo de todos nuestros territorios, con excepción de Centroamérica. Brasil y México representaron más del 65% de este incremento. El margen bruto incrementó ligeramente de 48.8% en el primer semestre de 2004 a 48.9% en el primer semestre de 2005, debido a mayores ingresos a lo largo de nuestros territorios, excepto Centroamérica.

Nuestra utilidad de operación consolidada fue de Ps. 3,963 millones en el primer semestre de 2005 un crecimiento de 13.9% comparado con el primer semestre de 2004. Brasil, México y Colombia representaron más del 85% de este crecimiento y compensaron completamente la disminución en Venezuela. Nuestro margen de operación incrementó 120 puntos base a 16.6% en el primer semestre de 2005.

Nuestra utilidad neta mayoritaria fue de Ps. 1,984 millones en el primer semestre de 2005, una disminución de 26.3% comparado con el primer semestre de 2004, debido a un efecto no recurrente que incrementó la utilidad neta durante 2004⁴ y un efecto no recurrente que disminuyó la utilidad neta en el primer trimestre de 2005⁵. La utilidad por acción fue de Ps. 1.08 (US\$ 1.00 por ADR) calculada con base a 1,846.5 millones de acciones en circulación (cada ADR representa 10 acciones locales). Excluyendo los efectos mencionados anteriormente la utilidad neta mayoritaria hubiera crecido 43.3%.

EVENTOS RECIENTES

- El 10 de junio de 2005, Moody's Investor Service elevó la calificación de grado de inversión de Coca-Cola FEMSA dos sub-grados sobre la deuda extranjera de largo plazo sin garantías, de Baa2 a A3. Este cambio refleja la exitosa integración de Panamco, la mejora significativa en el nivel de apalancamiento de la empresa debido a un flujo de efectivo más sólido y a una reducción de deuda, y a su creciente importancia estratégica dentro del sistema Coca-Cola.
- El 15 de julio de 2005, la compañía pagó en su totalidad Ps. 2,586 millones del Certificado Bursátil (KOF 03-4) basado en tasa TIIE con plazo de dos años emitido el 18 de julio de 2003. Esto se verá reflejado en nuestro estado de situación financiera del tercer trimestre de 2005.

⁴ Durante el segundo trimestre de 2004 obtuvimos una devolución de impuestos relacionada a una deducción de pérdidas generada por una venta de acciones durante 2002 por la cantidad de Ps. 1,313 millones; adicionalmente hubo un cargo a resultados relacionado con intereses y ajustes generados por un cambio de criterio en la deducción de refrigeradores en México, por la cantidad de Ps. 87 millones. El efecto neto de estas transacciones fue de Ps. 1,226 millones.

⁵ Como comentamos en el primer trimestre de 2005, las autoridades fiscales revisaron el pago relacionado con el cambio de criterio que requiere que los refrigeradores sean tratados como activos fijos con vidas útiles definidas, el cual resultó en un pago adicional no recurrente en México por la cantidad de Ps. 118 millones.

INFORMACIÓN PARA LA CONFERENCIA TELEFÓNICA

Nuestra Conferencia telefónica del segundo trimestre de 2005 se llevará a cabo el 28 de julio de 2005 a las 11:00 A.M. Tiempo del Este (10:00 A.M. hora de México). Para participar en la conferencia telefónica, favor de marcar: U.S. locales: 800-901-5218 e Internacional: 617-786-4511. Adicionalmente estará disponible la transmisión en vivo a través de internet en www.coca-colafemsa.com

Si usted no puede participar en la Conferencia en tiempo real, una repetición de la misma estará disponible hasta el 4 de agosto 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 30 de junio 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 30 de junio de 2005. Además, todas las comparaciones para el segundo 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 30 de junio de 2005

ACTIVO		Jun-05		Dic-04
Activos circulantes				
Efectivo y valores de realiz. inm.	Ps.	5,493	Ps.	3,699
Total cuentas por cobrar		1,753		2,170
Inventarios		2,666		2,533
Pagos anticipados y otros		1,043		857
Total activos circulantes		10,955		9,259
Propiedad, planta y equipo				
Propiedad, planta y equipo		30,277		30,606
Depreciación acumulada		-13,105		-12,789
Botellas y cajas, neto		951		1,049
Total propiedad, planta y equipo		18,123		18,866
Inversión en acciones y otros		771		435
Cargos diferidos neto		1,398		1,474
Activos intangibles		37,995		37,888
TOTAL ACTIVO	Ps.	69,242	Ps.	67,922

PASIVO Y CAPITAL CONTABLE		Jun-05		Dic-04
Pasivo circulante				
Deuda a corto plazo y documentos	Ps.	3,235	Ps.	3,306
Intereses por pagar		266		316
Proveedores		3,911		4,180
Otros pasivos		2,547		3,073
Pasivo circulante		9,959		10,875
Préstamos bancarios a largo plazo		22,744		21,923
Plan de pensiones, prima de antigüedad y otros		659		649
Otros pasivos		4,158		4,081
Total pasivo		37,521		37,528
Capital Contable				
Interés minoritario		727		723
Interés mayoritario:				
Capital social		2,816		2,816
Prima en suscripción de acciones		12,046		12,046
Utilidades retenidas		16,901		12,085
Utilidad neta del periodo		1,984		5,436
Resultado acumulado por tenencia de activos no monetarios		-2,753		-2,712
Total interés mayoritario		30,994		29,671
Total capital contable		31,721		30,394
TOTAL PASIVO Y CAPITAL	Ps.	69,242	Ps.	67,922

Estado de Resultados

Expresado en millones de Pesos mexicanos⁽¹⁾ de Poder Adquisitivo al 30 de junio de 2005

	2T 05	2T 04	ACUM 05	ACUM 04
Volumen (millones de cajas unidad)	486.9	444.6	924.7	874.3
Precio promedio por caja unidad	25.96	25.66	25.70	25.57
Ventas netas	12,640	11,408	23,766	22,356
Otros ingresos de operación	75	76	165	186
Ingresos totales	12,715	11,484	23,931	22,542
Costo de ventas	6,409	5,836	12,217	11,535
Utilidad bruta	6,306	5,648	11,714	11,007
Gastos de Operación	4,052	3,821	7,751	7,527
Utilidad de operación	2,254	1,827	3,963	3,480
Gastos financieros	566	667	1,115	1,274
Productos financieros	82	48	142	87
Gastos financieros, neto	484	619	973	1,187
Pérdida (ganancia) cambiaria	(223)	271	(238)	210
Ganancia por posición monetaria	23	(37)	(159)	(511)
Costo integral de financ.	284	853	576	886
Otros (prod.), gastos, neto	85	174	204	242
Utilidad antes de impuestos	1,885	800	3,183	2,352
Impuestos	600	(985)	1,186	(341)
Utilidad neta consolidada	1,285	1,785	1,997	2,693
Utilidad mayoritaria	1,284	1,785	1,984	2,693
Utilidad minoritaria	1	-	13	-
Utilidad de operación	2,254	1,827	3,963	3,480
Depreciación	316	314	622	644
Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	289	304	564	587
Flujo operativo ⁽³⁾	2,859	2,445	5,149	4,711

(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 30 de junio de 2005

	2T 05	% Ing	2T 04	% Ing	ACUM 05	% Ing	ACUM 04	% Ing
Volumen (millones de cajas unidad)	278.6		257.0		506.3		485.2	
Precio promedio por caja unidad	27.19		26.94		26.97		27.25	
Ventas netas	7,574		6,923		13,654		13,220	
Otros ingresos de operación	17		18		35		49	
Ingresos totales	7,591	100.0%	6,941	100.0%	13,689	100.0%	13,269	100.0%
Costo de ventas	3,552	46.8%	3,292	47.4%	6,497	47.5%	6,284	47.4%
Utilidad bruta	4,039	53.2%	3,649	52.6%	7,192	52.5%	6,985	52.6%
Gastos de Operación	2,348	30.9%	2,241	32.3%	4,423	32.3%	4,364	32.9%
Utilidad de operación	1,691	22.3%	1,408	20.3%	2,769	20.2%	2,621	19.8%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	357	4.7%	342	4.9%	691	5.0%	700	5.3%
Flujo Operativo ⁽³⁾	2,048	27.0%	1,750	25.2%	3,460	25.3%	3,321	25.0%

(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 Centroamérica

Expresado en millones de Pesos mexicanos⁽¹⁾ de Poder Adquisitivo al 30 de junio de 2005

	2T 05	% Ing	2T 04	% Ing	ACUM 05	% Ing	ACUM 04	% Ing
Volumen (millones de cajas unidad)	27.9		26.8		54.1		53.3	
Precio promedio por caja unidad	30.22		31.83		30.83		31.91	
Ventas netas	843		853		1,668		1,701	
Otros ingresos de operación	2		1		2		5	
Ingresos totales	845	100.0%	854	100.0%	1,670	100.0%	1,706	100.0%
Costo de ventas	430	50.9%	431	50.5%	856	51.3%	880	51.6%
Utilidad bruta	415	49.1%	423	49.5%	814	48.8%	826	48.4%
Gastos de Operación	303	35.9%	343	40.2%	592	35.5%	644	37.7%
Utilidad de operación	112	13.3%	80	9.3%	222	13.3%	182	10.7%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	53	6.2%	80	9.3%	107	6.4%	140	8.2%
Flujo Operativo ⁽³⁾	165	19.5%	160	18.8%	329	19.7%	322	18.9%

(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 Colombia y Venezuela

Operaciones en Colombia

Expresado en millones de Pesos mexicanos⁽¹⁾ de Poder Adquisitivo al 30 de junio de 2005

	2T 05	% Ing	2T 04	% Ing	ACUM 05	% Ing	ACUM 04	% Ing
Volumen (millones de cajas unidad)	44.5		40.0		86.6		81.5	
Precio promedio por caja unidad	25.08		24.48		25.20		24.05	
Ventas netas	1,116		979		2,182		1,960	
Otros ingresos de operación	-		-		-		-	
Ingresos totales	1,116	100.0%	979	100.0%	2,182	100.0%	1,960	100.0%
Costo de ventas	625	56.0%	541	55.3%	1,215	55.7%	1,086	55.4%
Utilidad bruta	491	44.0%	438	44.8%	967	44.3%	874	44.6%
Gastos de Operación	390	34.9%	341	34.9%	771	35.3%	736	37.5%
Utilidad de operación	101	9.0%	97	9.9%	196	9.0%	138	7.0%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	74	6.7%	85	8.7%	144	6.6%	165	8.4%
Flujo Operativo ⁽³⁾	175	15.7%	182	18.6%	340	15.6%	303	15.5%

(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 Venezuela

Expresado en millones de Pesos mexicanos⁽¹⁾ de Poder Adquisitivo al 30 de junio de 2005

	2T 05	% Ing	2T 04	% Ing	ACUM 05	% Ing	ACUM 04	% Ing
Volumen (millones de cajas unidad)	45.3		40.6		85.7		81.5	
Precio promedio por caja unidad	27.00		26.00		26.98		25.39	
Ventas netas	1,223		1,056		2,312		2,068	
Otros ingresos de operación	1		-		2		1	
Ingresos totales	1,224	100.0%	1,056	100.0%	2,314	100.0%	2,069	100.0%
Costo de ventas	721	58.9%	618	58.5%	1,357	58.6%	1,231	59.5%
Utilidad bruta	503	41.1%	438	41.5%	957	41.4%	838	40.5%
Gastos de Operación	448	36.6%	361	34.1%	835	36.1%	694	33.5%
Utilidad de operación	55	4.5%	77	7.3%	122	5.3%	144	7.0%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	58	4.7%	52	4.9%	113	4.9%	110	5.3%
Flujo Operativo ⁽³⁾	113	9.2%	128	12.2%	235	10.1%	254	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 Brasil y Argentina

Operaciones en Brasil

Expresado en millones de Pesos mexicanos⁽¹⁾ de Poder Adquisitivo al 30 de junio de 2005

	2T 05	% Ing	2T 04	% Ing	ACUM 05	% Ing	ACUM 04	% Ing
Volumen (millones de cajas unidad)	58.5		48.8		120.6		104.3	
Precio promedio por caja unidad	22.36		21.68		22.12		21.57	
Ventas netas	1,308		1,058		2,668		2,250	
Otros ingresos de operación	35		35		73		75	
Ingresos totales	1,343	100.0%	1,093	100.0%	2,741	100.0%	2,325	100.0%
Costo de ventas	715	53.2%	608	55.7%	1,472	53.7%	1,310	56.3%
Utilidad bruta	628	46.8%	485	44.4%	1,269	46.3%	1,015	43.7%
Gastos de Operación	444	33.1%	407	37.3%	867	31.6%	835	35.9%
Utilidad de operación	184	13.7%	78	7.1%	402	14.7%	180	7.7%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	30	2.2%	26	2.4%	66	2.4%	52	2.2%
Flujo Operativo ⁽³⁾	214	15.9%	104	9.5%	468	17.1%	232	10.0%

(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 Argentina

Expresado en millones de Pesos mexicanos⁽¹⁾ de Poder Adquisitivo al 30 de junio de 2005

	2T 05	% Ing	2T 04	% Ing	ACUM 05	% Ing	ACUM 04	% Ing
Volumen (millones de cajas unidad)	32.1		31.4		71.4		68.5	
Precio promedio por caja unidad	17.91		17.10		17.97		16.88	
Ventas netas	575		537		1,283		1,156	
Otros ingresos de operación	17		22		53		57	
Ingresos totales	592	100.0%	559	100.0%	1,336	100.0%	1,213	100.0%
Costo de ventas	365	61.7%	343	61.4%	824	61.7%	745	61.5%
Utilidad bruta	227	38.3%	216	38.6%	512	38.3%	468	38.6%
Gastos de Operación	154	26.1%	142	25.3%	315	23.5%	283	23.3%
Utilidad de operación	73	12.4%	74	13.2%	197	14.8%	185	15.3%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	32	5.4%	32	5.8%	65	4.8%	65	5.3%
Flujo Operativo ⁽³⁾	105	17.8%	106	19.0%	262	19.6%	250	20.6%

(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

INFORMACIÓN RELEVANTE

Por los tres meses terminados de junio 30 de 2005

Expresado en millones de pesos mexicanos de poder adquisitivo al 30 de junio de 2005

	2T 04
Inv. Activos fijos	315.0
Depreciación	314.0
Amortización y Otros	303.8

	2T 05
Inv. Activos fijos	387.7
Depreciación	315.5
Amortización y Otros	289.6

VOLUMEN

Expresado en millones de cajas unidad

	2T 04			
	Refrescos	Agua	Otros	Total
México	204.8	50.8	1.4	257.0
Centroamérica	25.3	1.1	0.4	26.8
Colombia	34.6	5.3	0.1	40.0
Venezuela	34.6	3.6	2.4	40.6
Brasil	45.9	2.5	0.4	48.8
Argentina	30.9	0.3	0.2	31.4
Total	376.1	63.6	4.9	444.6

	2T 05			
	Refrescos	Agua	Otros	Total
México	216.2	60.6	1.8	278.6
Centroamérica	26.2	1.2	0.5	27.9
Colombia	39.1	5.3	0.1	44.5
Venezuela	38.7	4.0	2.6	45.3
Brasil	54.1	3.8	0.6	58.5
Argentina	31.2	0.5	0.4	32.1
Total	405.5	75.4	6.0	486.9

MEZCLA POR PRESENTACIÓN

Como porcentaje de volumen total

	2T 04			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafón
México	28.3	55.7	1.3	14.7
Centroamérica	49.5	46.1	4.4	-
Colombia	51.3	38.7	3.5	6.5
Venezuela	31.1	61.9	2.9	4.1
Brasil	5.7	90.2	4.1	-
Argentina	27.4	68.8	3.8	-

	2T 05			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafón
México	26.3	56.3	1.1	16.3
Centroamérica	43.4	52.5	4.1	-
Colombia	47.0	43.7	3.3	6.0
Venezuela	25.6	68.1	3.0	3.3
Brasil	8.3	88.2	3.5	-
Argentina	27.5	68.9	3.6	-

Por los seis meses terminados de junio 30 de 2005

Expresado en millones de pesos mexicanos de poder adquisitivo al 30 de junio de 2005

	ACUM 04
Inv. Activos fijos	754.0
Depreciación	643.6
Amortización y Otros	587.5

	ACUM 05
Inv. Activos fijos	574.1
Depreciación	621.9
Amortización y Otros	563.8

VOLUMEN

Expresado en millones de cajas unidad

	ACUM 04			
	Refrescos	Agua	Otros	Total
México	387.7	95.2	2.3	485.2
Centroamérica	50.2	2.3	0.8	53.3
Colombia	70.0	11.2	0.3	81.5
Venezuela	69.4	7.2	4.9	81.5
Brasil	97.9	5.7	0.7	104.3
Argentina	67.7	0.6	0.2	68.5
Total	742.9	122.2	9.2	874.3

	ACUM 05			
	Refrescos	Agua	Otros	Total
México	398.6	104.7	3.0	506.3
Centroamérica	50.8	2.3	1.0	54.1
Colombia	75.7	10.7	0.2	86.6
Venezuela	73.8	7.3	4.6	85.7
Brasil	111.3	8.3	1.0	120.6
Argentina	69.7	0.9	0.8	71.4
Total	779.9	134.2	10.6	924.7

MEZCLA POR PRESENTACIÓN

Como porcentaje de volumen total

	ACUM 04			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafón
México	28.5	55.5	1.3	14.7
Centroamérica	50.1	45.5	4.4	-
Colombia	52.3	37.8	3.3	6.6
Venezuela	31.6	61.5	2.7	4.2
Brasil	5.6	90.7	3.7	-
Argentina	27.5	68.9	3.6	-

	ACUM 05			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafón
México	27.0	56.2	1.2	15.6
Centroamérica	44.3	51.6	4.1	-
Colombia	48.2	42.4	3.2	6.2
Venezuela	25.4	68.6	2.8	3.2
Brasil	7.5	89.1	3.4	-
Argentina	27.2	69.6	3.2	-

Junio 2005

Información macroeconómica

	Inflación			Tipo de Cambio (moneda local por U.S. Dólar)		
	12 M	Acum Año	2T 05	Jun 05	Dic 04	Jun 04
México	4.33%	0.80%	0.01%	10.7645	11.1460	11.5123
Colombia	4.84%	3.81%	1.64%	2,331.8100	2,389.7500	2,699.5800
Venezuela	15.88%	7.96%	4.48%	2,150.0000	1,920.0000	1,920.0000
Brasil	6.46%	3.90%	2.33%	2.3504	2.6544	3.1075
Argentina	8.61%	6.25%	2.52%	2.8900	2.9800	2.9600