

FEMSA Crece Ingresos y Resultado de Operación en Doble Dígito en todas sus Operaciones en el 2T11

Monterrey, México, 22 de Julio del 2011 — Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. ("FEMSA") anuncia sus resultados operativos y financieros para el segundo trimestre del 2011.

Datos Relevantes del Segundo Trimestre 2011:

- **Crecimiento de 15.5% en los ingresos totales consolidados comparables y 17.7% en la utilidad de operación**, con respecto al segundo trimestre del 2010, reflejando crecimiento de doble dígito en Coca-Cola FEMSA y FEMSA Comercio.
- **Coca-Cola FEMSA tuvo un incremento en ingresos totales y utilidad de operación de 12.9% y 12.4% respectivamente.** Estos resultados fueron impulsados por el crecimiento de doble dígito en la utilidad de operación en México y Mercosur.
- **FEMSA Comercio logró un crecimiento de doble dígito en las ventas-mismas-tiendas durante el trimestre.** La utilidad de operación tuvo un incremento de 26.2%.

José Antonio Fernández Carbajal, Presidente del Consejo y Director General de FEMSA, comentó: "El segundo trimestre fue muy positivo para nosotros en varios frentes. Operativamente, vimos un sólido crecimiento en FEMSA Comercio y en la mayoría de nuestros territorios en Coca-Cola FEMSA, con México mostrando nuevamente un fuerte resultado. En un entorno aún complejo, nuestro equipo mostró una vez más la capacidad de producir resultados alentadores. Adicionalmente, como ustedes saben, durante el segundo trimestre tuvimos el privilegio de llegar a un acuerdo estratégico con Grupo Tampico para unir fuerzas y combinar sus operaciones de embotellado con las de Coca-Cola FEMSA, marcando un paso importante en la consolidación de nuestra posición como líder en el sector de bebidas no alcohólicas. Así que habiendo transcurrido la primera mitad de este año, estamos en el camino correcto, pero debemos mantener nuestro enfoque y nuestra energía para continuar redoblando esfuerzos y así superar las metas que nos hemos fijado".

FEMSA Consolidado

Al 30 de Abril del 2010, FEMSA anunció el cierre de la transacción estratégica mediante la cual FEMSA acordó intercambiar el 100% de sus operaciones de cerveza por una participación accionaria del 20% en el Grupo Heineken ("la transacción"). Para más información sobre dicha transacción, favor de referirse a los documentos disponibles en www.femsa.com/inversionista. Los resultados consolidados para el segundo trimestre del 2011 reflejan los efectos de la transacción y son presentados en una base comparable.

Los **ingresos totales comparables** aumentaron 15.5% con respecto al 2T10 alcanzando 48,392 millones de pesos en el 2T11. FEMSA Comercio y Coca-Cola FEMSA impulsaron los ingresos totales incrementales. Para el primer semestre del 2011, los ingresos totales comparables incrementaron 13.5%, alcanzando 91,534 millones de pesos.

La **utilidad bruta comparable** incrementó 14.5% en relación al 2T10, alcanzando 20,092 millones de pesos en el 2T11, impulsada por FEMSA Comercio y Coca-Cola FEMSA. El margen bruto se contrajo 40 puntos base, a 41.5% de los ingresos totales, comparado con el mismo periodo de 2010. La mejora en utilidad bruta de FEMSA Comercio parcialmente compensó la presión en costos de materias primas de Coca-Cola FEMSA.

Para el primer semestre del 2011, la utilidad bruta comparable incrementó 13.0%, ascendiendo a 37,547 millones de pesos. El margen bruto disminuyó 20 puntos base en comparación al mismo periodo del 2010, a 41.0% de los ingresos totales, debido principalmente al crecimiento más rápido de FEMSA Comercio, que tiene un menor margen y por lo tanto tiende a comprimir los márgenes consolidados de FEMSA en el tiempo.

La **utilidad de operación comparable** en el 2T11 creció 17.7% con respecto al 2T10, alcanzando 6,277 millones de pesos. El margen de operación consolidado se expandió 30 puntos base en comparación al 2T10, alcanzando 13.0% de los ingresos totales, debido a la mejora en el margen operativo en FEMSA Comercio.

Para el primer semestre del 2011, la utilidad de operación comparable incrementó 13.5% a 11,085 millones de pesos. El margen de operación consolidado al primer semestre se mantuvo en 12.1% de los ingresos totales, en comparación a los niveles del 2010.

La **utilidad neta por operaciones continuas** incrementó 7.1% comparada con el 2T10, a 4,066 millones de pesos en el 2T11, incorporando nuestra participación del 20% en la utilidad neta de Heineken del primer trimestre del 2011. Los resultados también reflejan un crecimiento en la utilidad de operación comparable, como se describió anteriormente. La tasa efectiva de impuestos de las operaciones continuas fue 30.8% en el 2T11 comparada con 24.5% del 2T10.

Para el primer semestre del 2011, la utilidad neta por operaciones continuas incrementó 15.7% a 7,432 millones de pesos comparada con el mismo periodo del 2010, principalmente por el crecimiento en la utilidad de operación.

La **utilidad neta consolidada** disminuyó 86.7% a 4,066 millones de pesos en el 2T11, debido a una alta base de comparación en el 2T10 la cual refleja la inclusión de la ganancia de la transacción. La **utilidad neta mayoritaria** fue de 0.77 pesos por Unidad¹ FEMSA en el 2T11. La utilidad neta mayoritaria por cada ADS de FEMSA, fue de US\$ 0.66 en el trimestre. Para el primer semestre del 2011, la utilidad neta mayoritaria fue de 1.39 pesos por Unidad¹ FEMSA, equivalente a US\$ 1.18 por cada ADS de FEMSA.

La **inversión en activo fijo** incrementó a 2,960 millones de pesos en el 2T11 con respecto al 2T10, debido a que FEMSA Comercio invirtió una mayor cantidad de recursos.

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 2011 fue 3,578,226,270 equivalente al número total de acciones en circulación a la misma fecha, dividido entre 5.

El **balance consolidado** al 30 de Junio del 2011, registró un saldo de efectivo de 31,176 millones de pesos (US\$ 2,660 millones), un incremento de 8,348 millones de pesos (US\$ 712.3 millones) comparado con el mismo periodo del 2010. La deuda de corto plazo fue de 5,581 millones de pesos (US\$ 476.2 millones), mientras que la deuda de largo plazo fue de 22,485 millones de pesos (US\$ 1,918.7 millones). Nuestra posición de caja neta fue de 3,110 millones de pesos (US\$ 265.4 millones).

Coca-Cola FEMSA

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

FEMSA Comercio

Los **ingresos totales** incrementaron 20.3% comparados con el 2T10 ascendiendo a 18,973 millones de pesos en el 2T11, debido principalmente a la apertura neta de 342 tiendas durante el trimestre, para alcanzar 1,132 aperturas netas de tiendas en los últimos 12 meses. Al 30 de junio de 2011, el número total de tiendas fue de 8,963. Las ventas-mismas-tiendas incrementaron en promedio 10.7% comparadas con el 2T10, debido a un incremento de 4.3% en el tráfico y un crecimiento en el ticket promedio de 6.1%.

Para el primer semestre del 2011, los ingresos totales incrementaron 19.9% alcanzando 35,083 millones de pesos. Las ventas-mismas-tiendas en promedio incrementaron 9.9%, debido a un incremento de 4.5% en el tráfico y un crecimiento en el ticket promedio de 4.9%

La **utilidad bruta** incrementó 23.1% en el 2T11 comparada con el 2T10, resultando en una expansión de 80 puntos base en el margen bruto, alcanzando 33.9% como porcentaje de los ingresos totales. Esta mejora refleja (i) un cambio positivo en la mezcla debido al crecimiento de categorías con mayores márgenes, (ii) una colaboración y ejecución más efectiva con nuestros proveedores clave y mayor efectividad en el uso de recursos de mercadotecnia relacionados a promoción y (iii) a cambios en la estructura de las condiciones comerciales con ciertos proveedores; el impacto de estas condiciones comerciales anteriormente se registraba en su mayoría en el cuarto trimestre, pero ahora se está repartiendo durante todo el año. Para el primer semestre del 2011, el margen bruto se expandió 70 puntos base a 32.8% de los ingresos totales.

La utilidad de operación incrementó 26.2% comparada con el 2T10, a 1,590 millones de pesos en el 2T11. Los gastos de operación en el 2T11 fueron 4,845 millones de pesos, un incremento de 22.2%, debido principalmente al crecimiento en el número de tiendas, así como a gastos incrementales por el fortalecimiento de la estructura organizacional de FEMSA Comercio, principalmente relacionados con tecnología de información. El crecimiento en los gastos de operación estuvo contenido durante el trimestre, permitiendo la expansión de 40 puntos base en el margen de operación comparado con el 2T10, alcanzando 8.4% de los ingresos totales. Para el primer semestre del 2011, la utilidad de operación incrementó 26.0% ascendiendo a 2,367 millones de pesos, resultando en un margen de operación de 6.7% de los ingresos totales, un incremento de 30 puntos base comparado con el mismo periodo de 2010.

INFORMACIÓN PARA LA CONFERENCIA TELEFÓNICA:

Nuestra Conferencia Telefónica del Segundo Trimestre del 2011 se llevara a cabo el viernes 22 de Julio del 2011 a las 10:00 A.M. Tiempo de México (11:00 A.M. Tiempo de Nueva York). Para participar en la conferencia, por favor marque (617) 614-3673 o desde Estados Unidos (800) 261-3417, Id de la Conferencia 87907812. Adicionalmente, el audio de la conferencia será transmitido en vivo por Internet, para tener acceso visite www.femsa.com/inversionista

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

FEMSA es una empresa líder que participa en la industria de refrescos, a través de Coca-Cola FEMSA, el embotellador independiente más grande de productos Coca-Cola en el mundo; en comercio al detalle, operando OXXO, la cadena de tiendas de conveniencia más grande y de mayor crecimiento en América Latina; y en cerveza, siendo el segundo accionista más importante de Heineken, una de las cerveceras líderes en el mundo con presencia en más de 70 países.

La conversión de pesos mexicanos a dólares americanos se incluye sólo para conveniencia del lector, usando el tipo de cambio de mediodía a la compra publicado por el Banco de la Reserva Federal de Nueva York, el cual al 30 de junio de 2011 fue de 11.7191 pesos por dólar.

DECLARACIONES SOBRE EXPECTATIVAS

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

Como anexos presentamos cinco 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:				
	2011 ^(A)	% Integral	2010 ^(A)	% Integral	% Crecimiento	2011 ^(A)	% Integral	2010 ^(A)	% Integral	% Crecimiento
Ingresos Totales	48,392	100.0	41,899	100.0	15.5	91,534	100.0	80,642	100.0	13.5
Costo de ventas	28,300	58.5	24,358	58.1	16.2	53,987	59.0	47,418	58.8	13.9
Utilidad bruta	20,092	41.5	17,541	41.9	14.5	37,547	41.0	33,224	41.2	13.0
Gastos de administración	2,037	4.2	1,976	4.7	3.1	3,869	4.2	3,687	4.6	4.9
Gastos de venta	11,778	24.3	10,234	24.4	15.1	22,593	24.7	19,773	24.5	14.3
Gastos de operación	13,815	28.5	12,210	29.1	13.1	26,462	28.9	23,460	29.1	12.8
Resultado de operación	6,277	13.0	5,331	12.7	17.7	11,085	12.1	9,764	12.1	13.5
Otros (gastos) productos	(425)		(320)		32.8	(691)		(518)		33.4
Gasto financiero	(689)		(729)		(5.5)	(1,327)		(1,477)		(10.2)
Producto financiero	255		228		11.8	456		530		(14.0)
Gasto financiero, neto	(434)		(501)		(13.4)	(871)		(947)		(8.0)
Fluctuación cambiaria	(116)		(61)		90.2	(296)		(356)		(16.9)
Ganancia / (Pérdida) por posición monetaria	11		101		(89.1)	56		256		(78.1)
Ganancia / (Pérdida) en instrumentos financieros derivados ⁽¹⁾	15		(33)		N.S.	102		102		-
Costo integral de financiamiento	(524)		(494)		6.1	(1,009)		(945)		6.8
Participación en los resultados de Heineken ⁽²⁾	551		508		8.5	1,042		508		N.S.
Utilidad neta antes de impuesto a la utilidad por operaciones continuas	5,879		5,025		17.0	10,427		8,809		18.4
ISR	1,813		1,230		47.4	2,995		2,386		25.5
Utilidad neta por operaciones continuas	4,066		3,795		7.1	7,432		6,423		15.7
Ganancia en la transacción con Heineken, neta de impuestos ⁽³⁾	-		26,623		N.S.	-		26,623		N.S.
Utilidad en Negocio Cerveza ⁽⁴⁾	-		216		N.S.	-		706		N.S.
Utilidad neta consolidada	4,066		30,634		(86.7)	7,432		33,752		(78.0)
Participación controladora	2,747		29,374		(90.6)	4,958		31,392		(84.2)
Participación no controladora	1,319		1,260		4.7	2,474		2,360		4.8

^(A) Las cifras se presentan en una base comparable.

EBITDA y CAPEX

Resultado de operación	6,277	13.0	5,331	12.7	17.7	11,085	12.1	9,764	12.1	13.5
Depreciación	1,073	2.2	914	2.2	17.4	2,125	2.3	1,821	2.3	16.7
Amortización y otros ⁽⁵⁾	625	1.3	471	1.1	32.7	1,166	1.3	964	1.2	21.0
EBITDA	7,975	16.5	6,716	16.0	18.7	14,376	15.7	12,549	15.6	14.6
Inversión en activo fijo	2,960		2,661		11.2	4,228		4,234		(0.1)

RAZONES FINANCIERAS

	2011	2010	Var. p.p.
Liquidez ⁽⁶⁾	1.55	1.52	0.03
Cobertura de intereses ⁽⁷⁾	18.38	13.41	4.97
Apalancamiento ⁽⁸⁾	0.49	0.49	0.00
Capitalización ⁽⁹⁾	15.83%	14.69%	1.14

⁽¹⁾ Incluye únicamente aquellos instrumentos derivados que no cumplen con criterios contables de cobertura.

⁽²⁾ Representa el método de participación en los resultados de Heineken.

⁽³⁾ Representa la diferencia entre el valor en libros del negocio de Cerveza y el valor de mercado de las acciones que representan el 20% de Heineken, neto del impuesto generado por dicha transacción.

⁽⁴⁾ Representa el reconocimiento de la utilidad neta del negocio de Cerveza a Abril 2010.

⁽⁵⁾ Incluye cargo virtual por rotura de Botella Retornable.

⁽⁶⁾ Total activo circulante / total pasivo circulante.

⁽⁷⁾ Ut operación + depreciación + amortización y otros / gastos financieros, neto.

⁽⁸⁾ Total pasivos / total capital contable.

⁽⁹⁾ 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.

Balance General Consolidado

Millones de pesos

Al 30 de Junio del:

ACTIVOS	2011 ^(A)	2010 ^(A)	% Crecimiento
Efectivo y valores de realización inmediata	31,176	22,828	36.6
Cuentas por cobrar	6,690	5,605	19.4
Inventarios	11,216	9,476	18.4
Otros activos circulantes	5,524	5,061	9.1
Total activo circulante	54,606	42,970	27.1
Inversión en Acciones	71,112	62,638	13.5
Propiedad, planta y equipo, neto	43,198	39,203	10.2
Activos intangibles ⁽¹⁾	52,778	51,624	2.2
Otros activos	9,583	8,880	7.9
TOTAL ACTIVOS	231,277	205,315	12.6

PASIVOS Y CAPITAL CONTABLE

Préstamos bancarios C.P.	1,389	1,225	13.4
Vencimientos del pasivo L.P. a C.P.	4,192	1,573	N.S.
Intereses por pagar	202	158	27.8
Pasivo de operación	29,465	25,347	16.2
Total pasivo circulante	35,248	28,303	24.5
Préstamos Bancarios ⁽²⁾	22,485	20,522	9.6
Obligaciones laborales	1,965	1,841	6.7
Otros pasivos	16,730	16,413	1.9
Total pasivos	76,428	67,079	13.9
Total capital contable	154,849	138,236	12.0
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	231,277	205,315	12.6

^(A) Las cifras se presentan en una base comparable.

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

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

Mezcla de monedas y tasas	Al 30 de Junio del 2011		
	Ps.	% Integral	Tasa Promedio ⁽¹⁾
Contratado en:			
Pesos mexicanos	16,797	59.9%	6.5%
Dólares	7,910	28.2%	4.5%
Pesos Colombianos	2,108	7.5%	5.0%
Pesos Argentinos	1,095	3.9%	15.5%
Bolivares	54	0.2%	12.0%
Reales	102	0.3%	4.5%
Deuda total	28,066	100.0%	6.3%
Tasa fija ⁽¹⁾	15,360	54.7%	
Tasa variable ⁽¹⁾	12,706	45.3%	

% de la Deuda total	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017+
Vencimientos de la deuda	4.5%	17.4%	15.0%	5.0%	10.1%	8.9%	39.1%

⁽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:				
	2011 ^(A)	% Integral	2010 ^(A)	% Integral	% Crecimiento	2011 ^(A)	% Integral	2010 ^(A)	% Integral	% Crecimiento
Ingresos totales	28,417	100.0	25,177	100.0	12.9	54,388	100.0	49,205	100.0	10.5
Costo de ventas	15,339	54.0	13,522	53.7	13.4	29,454	54.2	26,650	54.2	10.5
Utilidad bruta	13,078	46.0	11,655	46.3	12.2	24,934	45.8	22,555	45.8	10.5
Gastos administración	1,277	4.5	1,011	4.0	26.3	2,427	4.5	2,062	4.2	17.7
Gastos venta	7,205	25.3	6,556	26.1	9.9	14,016	25.7	12,827	26.1	9.3
Gastos operación	8,482	29.8	7,567	30.1	12.1	16,443	30.2	14,889	30.3	10.4
Resultado de operación	4,596	16.2	4,088	16.2	12.4	8,491	15.6	7,666	15.6	10.8
Depreciación	761	2.7	645	2.6	18.0	1,505	2.8	1,294	2.6	16.3
Amortización y otros	375	1.3	290	1.2	29.3	719	1.3	611	1.3	17.7
EBITDA	5,732	20.2	5,023	20.0	14.1	10,715	19.7	9,571	19.5	12.0
Inversión en activo fijo	1,849		1,742		6.1	2,465		2,706		(8.9)

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

Volumen de ventas

(Millones de cajas unidad)

	2011	% Integral	2010	% Integral	% Crecimiento	2011	% Integral	2010	% Integral	% Crecimiento
México	365.3	54.9	343.1	54.2	6.5	663.0	52.1	614.4	50.2	7.9
Latinoamérica	147.4	22.1	143.5	22.6	2.7	278.9	22.0	296.7	24.3	(6.0)
Mercosur	152.9	23.0	147.2	23.2	3.9	328.6	25.9	312.1	25.5	5.3
Total	665.6	100.0	633.8	100.0	5.0	1,270.5	100.0	1,223.2	100.0	3.9

FEMSA Comercio
Resultados de Operación
Millones de pesos

	Por el segundo trimestre de:					Por los seis meses de:				
	2011 ^(A)	% Integral	2010 ^(A)	% Integral	% Crecimiento	2011 ^(A)	% Integral	2010 ^(A)	% Integral	% Crecimiento
Ingresos totales	18,973	100.0	15,774	100.0	20.3	35,083	100.0	29,259	100.0	19.9
Costo de ventas	12,538	66.1	10,548	66.9	18.9	23,588	67.2	19,856	67.9	18.8
Utilidad bruta	6,435	33.9	5,226	33.1	23.1	11,495	32.8	9,403	32.1	22.2
Gastos de administración	358	1.9	291	1.8	23.0	692	2.0	560	1.9	23.6
Gastos de venta	4,487	23.6	3,675	23.3	22.1	8,436	24.1	6,964	23.8	21.1
Gastos de operación	4,845	25.5	3,966	25.1	22.2	9,128	26.1	7,524	25.7	21.3
Resultado de operación	1,590	8.4	1,260	8.0	26.2	2,367	6.7	1,879	6.4	26.0
Depreciación	285	1.5	239	1.5	19.2	560	1.6	472	1.6	18.6
Amortización y otros	176	0.9	144	0.9	22.2	339	1.0	284	1.0	19.4
EBITDA	2,051	10.8	1,643	10.4	24.8	3,266	9.3	2,635	9.0	23.9
Inversión en activo fijo	903		772		17.0	1,607		1,367		17.6

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

Información de Tiendas OXXO

Tiendas totales						8,963		7,831		14.5
Tiendas nuevas	342		339		0.9	1,132 ⁽²⁾		1,020 ⁽²⁾		11.0
Mismas tiendas: ⁽¹⁾										
Ventas (miles de pesos)	696.4		629.2		10.7	652.8		594.1		9.9
Tráfico (miles de transacciones)	26.7		25.6		4.3	25.4		24.3		4.5
Ticket (pesos)	26.1		24.6		6.1	25.7		24.5		4.9

⁽¹⁾ Información promedio mensual por tienda, considerando las mismas tiendas con más de 12 meses de operación.

⁽²⁾ Para los últimos doce meses de cada periodo.

FEMSA
Información Macroeconómica

	Inflación		Tipo de Cambio			
	2Q 2011	Junio 10 - Junio-11	Jun-11		Jun-10	
			Por USD	Por Peso	Por USD	Por Peso
México	-0.75%	3.28%	11.84	1.0000	12.66	1.0000
Colombia	0.73%	3.23%	1,780.16	0.0067	1,916.46	0.0066
Venezuela	6.62%	23.58%	4.30	2.7532	4.30	2.9434
Brasil	1.40%	6.71%	1.56	7.5837	1.80	7.0256
Argentina	2.30%	9.67%	4.11	2.8805	3.93	3.2197
Zona Euro	0.56%	2.80%	0.70	16.9899	0.81	15.5316

Información de la Acción

Bolsa Mexicana de Valores
Clave de Cotización: KOFL

NYSE (ADR)
Clave de Cotización: KOF

Razón de KOF L a KOF = 10:1



Para mayor información:

Relaciones con Inversionistas

José Castro
jose.castro@kof.com.mx
(5255) 5081-5120 / 5121

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

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

Website:
www.coca-colafemsa.com



2011 RESULTADOS DEL SEGUNDO TRIMESTRE Y LOS PRIMEROS SEIS MESES

	Segundo Trimestre			Acumulado		
	2011	2010	Δ%	2011	2010	Δ%
Ingresos Totales	28,417	25,177	12.9%	54,388	49,205	10.5%
Utilidad Bruta	13,078	11,655	12.2%	24,934	22,555	10.5%
Utilidad de Operación	4,596	4,088	12.4%	8,491	7,666	10.8%
Participación Controladora	2,629	2,480	6.0%	4,869	4,613	5.5%
Flujo Operativo ⁽¹⁾	5,732	5,023	14.1%	10,715	9,571	12.0%
Deuda Neta ⁽²⁾	5,344	4,817	10.9%			
Deuda Neta / Flujo Operativo ⁽³⁾	0.24	0.24				
Flujo Operativo/ Gasto Financiero, neto ⁽³⁾	16.52	15.38				
Utilidad Neta Mayoritaria por Acción ⁽³⁾	5.43	5.22				
Capitalización ⁽⁴⁾	24.1%	19.4%				

Expresado en millones de pesos mexicanos.

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

Ver tabla de reconciliación en página 9.

⁽²⁾ Deuda Neta = Deuda total - Caja

⁽³⁾ Últimos doce meses

⁽⁴⁾ Deuda total / (Deuda largo-plazo + Capital social)

- Los ingresos totales alcanzaron Ps. 28,417 millones en el segundo trimestre de 2011, representando un incremento de 12.9% en relación al mismo periodo del año anterior, como resultado de un crecimiento de ingresos de doble dígito en todas las divisiones.
- La utilidad de operación consolidada creció 12.4% alcanzando Ps. 4,596 millones durante el segundo trimestre de 2011 como resultado de un crecimiento de doble dígito de utilidad de operación en nuestras divisiones de México y Mercosur. Nuestro margen operativo fue de 16.2% en el segundo trimestre de 2011.
- La participación controladora consolidada creció 6.0% alcanzando Ps. 2,629 millones en el segundo trimestre del año 2011, resultando en una participación controladora por acción de Ps. 1.42 para el segundo trimestre de 2011.

Ciudad de México (20 de julio, 2011), Coca-Cola FEMSA, S.A.B. de C.V. (BMV: KOFL, NYSE: KOF) (“Coca-Cola FEMSA” o la “Compañía”), el embotellador más grande de productos Coca-Cola a nivel mundial en términos de volumen de ventas, anunció hoy sus resultados consolidados para el segundo trimestre 2011.

“Nuestro diversificado portafolio de franquicias nos ha permitido generar sólidos resultados en el segundo trimestre de 2011. Nuestro desempeño estuvo soportado por crecimientos de volumen en todas nuestras divisiones y nuestra habilidad de implementar iniciativas de precio, en los últimos meses, a lo largo de nuestros principales mercados. La continua implementación de nuestro modelo comercial en el punto de venta nos permite identificar el potencial de valor de nuestros clientes, satisfacer las necesidades de nuestros consumidores y, al mismo tiempo, generar eficiencias para continuar invirtiendo en el mercado. Estamos entusiasmados por la fusión con la división de bebidas del Grupo Tampico en México. Esta fusión no solamente reforzará nuestra presencia en un mercado clave, sino que nos brinda la oportunidad de integrarnos con la franquicia más antigua del sistema de Coca-Cola en México, cuyo talentoso equipo de profesionales nos ayudará a generar crecimiento en el futuro. Hemos avanzado significativamente en nuestra estrategia de crecimiento a través de transacciones que generan valor durante la primera mitad del año, ejemplificado por la adquisición en el segmento de lácteos en Panamá, completada en marzo, y la anunciada fusión con la división de bebidas del Grupo Tampico. Al entrar a la segunda mitad del año, miramos al futuro con un optimismo renovado, deseosos de continuar generando crecimiento orgánico e inorgánico para nuestros inversionistas a través de la ejecución de nuestra estrategia de negocios.” comentó Carlos Salazar Lomelín, Director General de la Compañía.

RESULTADOS CONSOLIDADOS

Nuestros ingresos totales crecieron 12.9% a Ps. 28,417 millones en el segundo trimestre de 2011, comparados con el segundo trimestre de 2010, como resultado de crecimientos de ingresos totales de doble dígito en todas nuestras divisiones. Excluyendo los efectos de conversión de moneda, los ingresos totales crecieron aproximadamente 14%, impulsados por crecimientos de precio promedio por caja unidad en la mayoría de nuestros territorios, en combinación con crecimientos de volumen, principalmente en México, Colombia y Argentina.

El volumen total de ventas se incrementó 5.0% a 665.6 millones de cajas unidad en el segundo trimestre de 2011, comparado con el mismo periodo en 2010. La categoría de refrescos creció 5%, principalmente impulsada por un sólido crecimiento de marca *Coca-Cola* en México y Colombia, contribuyendo 75% de los volúmenes incrementales. La categoría de agua embotellada, incluyendo agua en presentaciones iguales o mayores a 5 litros, creció 5% representando 15% del incremental. La categoría de bebidas no-carbonatadas creció 10%, principalmente apoyada por el negocio de Jugos del Valle en México y Brasil, contribuyendo el balance.

Nuestra utilidad bruta creció 12.2% a Ps. 13,078 millones en el segundo trimestre de 2011, comparada con el segundo trimestre de 2010. El costo de ventas creció 13.4% principalmente como resultado de un mayor costo de PET y edulcorantes a lo largo de nuestros territorios, que fue parcialmente compensado por la apreciación del Real brasileño,⁽¹⁾ el Peso colombiano⁽¹⁾ y el Peso mexicano⁽¹⁾ aplicada a nuestro costo de materia prima denominada en US Dólares. El margen bruto alcanzó 46.0%, comparado con 46.3% en el segundo trimestre de 2010.

Nuestra utilidad de operación consolidada creció 12.4% a Ps. 4,596 millones en el segundo trimestre de 2011, impulsada por un crecimiento de utilidad de operación de doble dígito en nuestras divisiones de México y Mercosur. Los gastos de operación crecieron 12.1% en el segundo trimestre de 2011 principalmente como resultado de mayores costos laborales en Venezuela y Mercosur y mayores costos de fleteo en Argentina. Nuestro margen de operación permaneció estable en 16.2% en el segundo trimestre de 2011.

Durante el segundo trimestre de 2011, se registraron Ps. 332 millones en la línea de otros gastos, netos. Estos gastos están relacionados, en su mayoría, con la participación de utilidades de los empleados.

Nuestro resultado integral de financiamiento en el segundo trimestre de 2011 refleja un gasto de Ps. 340 millones, en comparación con un gasto de Ps. 364 millones en el mismo periodo de 2010.

Durante el segundo trimestre del 2011, la tasa efectiva de impuestos, como porcentaje de la utilidad antes de impuestos, fue de 30.5% en comparación con 25.8% en el mismo periodo del 2010. Esta diferencia está principalmente relacionada con la cancelación de una provisión durante el segundo trimestre de 2010, que había sido registrada en exceso durante 2009.

Nuestra participación controladora consolidada creció 6.0% alcanzando Ps. 2,629 millones en el segundo trimestre de 2011, comparada con el segundo trimestre de 2010. La participación controladora consolidada por acción ("PCPA") fue de Ps. 1.42 (Ps. 14.24 por ADS) calculada sobre una base de 1,846.5 millones de acciones en circulación (cada ADS representa 10 acciones locales).

(1) Vea página 14 para información referente a tipos de cambio promedio y de fin de periodo para el segundo trimestre.

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO

Al 30 de junio de 2011, nuestro saldo en caja fue de Ps. 16,723 millones, incluyendo US\$ 571 millones denominados en US Dólares, un incremento de Ps. 4,189 millones, comparado con el 31 de diciembre de 2010, principalmente como resultado de la emisión de Certificados Bursátiles por Ps. 5,000 millones en abril de 2011 y el flujo de efectivo generado por nuestras operaciones, netos del pago de dividendos hecho durante el trimestre.

Al 30 de junio de 2011, la deuda bancaria a corto plazo fue de Ps. 5,582 millones mientras que la deuda a largo plazo fue de Ps. 16,485 millones. La deuda total creció Ps. 4,716 millones en comparación con el cierre del año 2010. La deuda neta se incrementó en Ps. 527 millones en comparación con el cierre del año 2010. Nuestro balance total de deuda incluye deuda denominada en US Dólares por una cantidad de US\$ 673 millones.⁽¹⁾

El costo promedio ponderado de la deuda durante el segundo trimestre fue de 5.9%. Las siguientes tablas muestran la composición de la deuda de la Compañía por moneda, tipo de tasa de interés y año de vencimiento, al 30 de junio de 2011:

Moneda	% Deuda Total ⁽¹⁾	% Tasa Interés Variable ⁽¹⁾⁽²⁾
Pesos Mexicanos	48.9%	33.0%
U.S. Dólares	35.8%	2.8%
Pesos Colombianos	9.6%	100.0%
Reales Brasileños	0.5%	0.0%
Bolívares venezolanos	0.2%	0.0%
Pesos Argentinos	5.0%	5.3%

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

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

Perfil de Vencimiento de Deuda

Vencimiento	2011	2012	2013	2014	2015	2016 +
% de deuda Total	5.7%	22.2%	3.2%	6.4%	12.9%	49.6%

Estado de Flujo de Efectivo Consolidado

El siguiente estado de flujo de efectivo consolidado está conformado sobre una base histórica y el balance incluido en la página 10 se encuentra expresado en términos nominales. Algunas diferencias resultantes de cálculos hechos con la información contenida en el balance pueden diferir de las cifras presentadas en este flujo de efectivo. Estas diferencias son presentadas por separado en el flujo de efectivo como parte del efecto de conversión, de acuerdo a las Normas de Información Financieras aplicables en México.

Estado de Flujo de Efectivo Consolidado

Expresado en millones de pesos mexicanos (Ps.) al 30 de junio de 2011

	<i>jun-11</i>
	<i>Ps.</i>
Utilidad antes de impuestos	7,428
Cargos virtuales	3,091
	10,519
Cambios en el capital de trabajo	(2,418)
Recursos netos generados por la operación	8,101
Recursos netos utilizados en actividades de inversión	(3,489)
Incremento de deuda	5,018
Dividendos declarados y pagados	(4,367)
Otros	(756)
Incremento neto en efectivo	4,507
Efectivo, equivalentes de efectivo y valores negociables al inicio del periodo	12,534
Efecto de conversión	(318)
Efectivo, equivalentes de efectivo y valores negociables al final del periodo	16,723

RESULTADOS DE LA DIVISIÓN MÉXICO

Ingresos

Los ingresos totales en la división México crecieron 10.8% a Ps. 11,802 millones en el segundo trimestre de 2011, en comparación con el mismo periodo del año anterior. El crecimiento de volumen generó aproximadamente 60% de los ingresos incrementales durante el trimestre y el crecimiento de precio promedio por caja unidad representó el balance. El precio promedio por caja unidad alcanzó Ps. 32.22, un incremento de 3.9% en comparación con el segundo trimestre de 2010, principalmente reflejando incrementos selectivos de precio en nuestro portafolio implementados durante los últimos meses. Excluyendo el volumen de agua *Ciel* en presentaciones mayores o iguales a 5 litros, el precio promedio por caja unidad fue de Ps. 37.56, un incremento de 3.6% en comparación con el segundo trimestre de 2010.

El volumen total de ventas creció 6.5% a 365.3 millones de cajas unidad en el segundo trimestre de 2011, en comparación con el mismo periodo de 2010. La categoría de refrescos creció 6%, impulsada por un crecimiento de 7% en la marca *Coca-Cola* y un incremento de 5% en refrescos de sabores, aportando más de 70% de los volúmenes incrementales. El portafolio de agua embotellada, incluyendo presentaciones mayores o iguales a 5 litros, creció 7% y contribuyó cerca de 25% del volumen incremental. La categoría de bebidas no carbonatadas creció 6% principalmente impulsada por la línea de bebidas de Jugos del Valle, *Nestea* y *Powerade*, representando el balance.

Utilidad de Operación

Nuestra utilidad bruta creció 11.3% a Ps. 5,867 millones en el segundo trimestre de 2011, en comparación con el mismo periodo del año anterior. El costo de ventas se incrementó 10.3% principalmente como resultado de mayores costos de PET, que fueron compensados por la apreciación del Peso mexicano⁽¹⁾ aplicada a nuestro costo de materia prima denominado en US Dólares. El margen bruto se expandió 20 puntos base y alcanzó 49.7% en el segundo trimestre de 2011.

La utilidad de operación creció 18.6% a Ps. 2,325 millones en el segundo trimestre del año 2011, comparada con Ps. 1,960 millones en el mismo periodo del año 2010. El apalancamiento operativo alcanzado por mayores ingresos en combinación con gastos operativos controlados, resultó en una expansión del margen operativo de 130 puntos base para alcanzar 19.7% en el segundo trimestre de 2011.

(1) Vea página 14 para información referente a tipos de cambio promedio y de fin de periodo para el segundo trimestre y primeros seis meses.

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

Ingresos

Los ingresos totales alcanzaron Ps. 8,181 millones en el segundo trimestre de 2011, un incremento de 11.0% en relación al mismo periodo del año anterior, como resultado de crecimientos de ingresos en todos los territorios de la división. Mayores precios promedio por caja unidad en Venezuela y Centroamérica en combinación con crecimientos de volumen en Colombia y Centroamérica, fueron parcialmente compensados por menores volúmenes en Venezuela. Excluyendo los efectos de conversión de moneda los ingresos totales crecieron aproximadamente 15%.

El volumen total de ventas de la división Latincentro creció 2.7% a 147.4 millones de cajas unidad en el segundo trimestre del año 2011 comparado con el mismo periodo del año anterior. El volumen de Colombia y Centroamérica creció 10% y 8%, respectivamente y compensó un decrecimiento de volumen de 9% en Venezuela. El portafolio de refrescos creció 4%, impulsado por un sólido desempeño de la marca *Coca-Cola* en Colombia y Centroamérica, que creció 18% y 8%, respectivamente. La categoría de bebidas no carbonatadas creció 4% apoyada por la línea de productos de Jugos del Valle en Centroamérica. Estos incrementos compensaron un decremento de 6% en el portafolio de agua, incluyendo agua en presentaciones mayores o iguales a 5 litros.

Utilidad de Operación

La utilidad bruta alcanzó Ps. 3,752 millones, un incremento de 9.6% en el segundo trimestre de 2011, comparado con el mismo trimestre del año 2010. El costo de ventas creció 12.3%, principalmente como resultado de mayores costos de PET y edulcorantes en la división que fueron parcialmente compensados por la apreciación del Peso colombiano⁽¹⁾ aplicada a nuestro costo de materia prima denominado en US Dólares. El margen bruto alcanzó 45.9%, comparado con 46.5% en el segundo trimestre de 2010.

Nuestra utilidad de operación decreció 1.3% a Ps. 1,217 millones en el segundo trimestre de 2011, en comparación con el segundo trimestre del año anterior. Los gastos de operación crecieron 15.8% principalmente como resultado de mayores costos laborales en Venezuela. El margen de operación fue de 14.9% en el segundo trimestre de 2011, en comparación con un margen de 16.7% en el mismo periodo de 2010.

(1) Vea página 14 para información referente a tipos de cambio promedio y de fin de periodo para el segundo trimestre y primeros seis meses.

RESULTADOS DE LA DIVISIÓN MERCOSUR (Brasil y Argentina)

El volumen y el precio promedio por caja unidad excluyen resultados de cerveza.

Ingresos

Los ingresos totales se incrementaron 17.8% a Ps. 8,434 millones en el segundo trimestre de 2011, comparados con el mismo trimestre del año anterior. Excluyendo el ingreso de cerveza, que aportó Ps. 850 millones durante el trimestre, los ingresos totales se incrementaron 18.3% a Ps. 7,584 millones. Mayores precios promedio por caja unidad aportaron cerca de 80% de los ingresos incrementales. Excluyendo los efectos de conversión de moneda, los ingresos totales de la división Mercosur crecieron aproximadamente 16%.

El volumen de ventas se incrementó 3.9% a 152.9 millones de cajas unidad en el segundo trimestre del año 2011, en comparación con el mismo periodo del año anterior. La categoría de refrescos creció 2%, principalmente impulsada por un crecimiento de 7% en refrescos de sabores, aportando cerca del 60% de los volúmenes incrementales. La categoría de bebidas no carbonatadas creció 35%, apoyada por el desempeño de la línea de bebidas de Jugos del Valle y el portafolio de *Matte Leao* en Brasil y la marca de jugo *Cepita* en Argentina, representando más del 30% del volumen incremental. La categoría de agua embotellada, incluyendo agua en presentaciones mayores o iguales a 5 litros, creció 10%, principalmente impulsada por el desempeño del agua saborizada *Aquarius* en Argentina, contribuyendo el balance.

Utilidad de Operación

En el segundo trimestre del año 2011, nuestra utilidad bruta creció 16.9% a Ps. 3,459 millones, en comparación con el mismo periodo del año anterior. El costo de ventas se incrementó 18.5% principalmente por mayores costos PET y de edulcorantes en la división, que fueron parcialmente compensados por la apreciación del Real brasileño⁽¹⁾ aplicada a nuestro costo de ventas denominado en US Dólares. El margen bruto alcanzó 41.0% en el segundo trimestre de 2011, un decremento de 40 puntos base en comparación con el segundo trimestre de 2010.

La utilidad de operación creció 17.8% a Ps. 1,054 millones en el segundo trimestre de 2011, comparada con Ps. 895 millones en el mismo periodo del año 2010. Los gastos operativos crecieron 16.5%, principalmente como resultado de mayores costos laborales en la división y mayores costos de fleteo en Argentina. El margen operativo permaneció estable en 12.5% en el segundo trimestre de 2011.

(1) Vea página 14 para información referente a tipos de cambio promedio y de fin de periodo para el segundo trimestre y primeros seis meses.

RESUMEN DE RESULTADOS DEL PRIMER SEMESTRE

Nuestros ingresos totales consolidados crecieron 10.5% a Ps. 54,388 millones en la primera mitad del año 2011, en comparación con el mismo periodo del año anterior, principalmente como resultado de crecimientos de ingresos de doble dígito en nuestras divisiones de Mercosur y México. Excluyendo los efectos de conversión de moneda los ingresos totales crecieron aproximadamente 12% en los primeros seis meses del año 2011.

El volumen total de ventas incrementó 3.9% a 1,270.5 millones de cajas unidad en la primera mitad de 2011, en comparación con el mismo periodo del año anterior. La categoría de refrescos, impulsada por un crecimiento de 4% en la marca *Coca-Cola*, contribuyó más de 70% del volumen incremental. El portafolio de agua embotellada, incluyendo agua en presentaciones mayores o iguales a 5 litros, creció 4%, contribuyendo 15% de los volúmenes incrementales. La categoría de bebidas no carbonatadas, principalmente impulsada por el desempeño de la línea de productos de Jugos de Valle en México y Brasil, y la marca de jugo *Cepita* en Argentina, creció 11%, representando el balance.

La utilidad bruta creció 10.5% a Ps. 24,934 millones en la primera mitad del año 2011, en comparación con el mismo periodo del año anterior. El costo de ventas se incrementó 10.5% principalmente como resultado de mayores costos de PET y de edulcorantes a lo largo de nuestros territorios, que fueron parcialmente compensados por la apreciación del Real brasileño,⁽¹⁾ el Peso colombiano⁽¹⁾ y el Peso mexicano⁽¹⁾ aplicada a nuestro costo de materia prima denominada en US Dólares. El margen bruto permaneció estable en 45.8% en la primera mitad del 2011, en comparación con el mismo periodo del año 2010.

Nuestra utilidad de operación consolidada creció 10.8% a Ps. 8,491 millones en la primera mitad de 2011, en comparación con la primera mitad del 2010. Nuestras divisiones de México y Mercosur aportaron este crecimiento. Nuestro margen de operación fue de 15.6% en la primera mitad de 2011, permaneciendo estable en comparación con el mismo periodo del año anterior.

Nuestra participación controladora consolidada se incrementó 5.5% a Ps. 4,869 millones en los primeros seis meses de 2011, comparada con el mismo periodo de 2010. La participación controladora por acción ("PCPA") fue de Ps. 2.64 (Ps. 26.37 por ADS) calculada sobre una base de 1,846.5 millones de acciones en circulación (cada ADS representa 10 acciones locales).

(1) Vea página 14 para información referente a tipos de cambio promedio y de fin de periodo para el segundo trimestre y primeros seis meses.

EVENTOS RECIENTES

- El 28 de junio de 2011, Coca-Cola FEMSA y Grupo Tampico S.A. de C.V. y sus accionistas acordaron fusionar la división de bebidas de Grupo Tampico, uno de los embotelladores familiares más grandes en términos de volumen de ventas en México, con Coca-Cola FEMSA. El acuerdo ha sido aprobado por los consejos de administración de Coca-Cola FEMSA y de Grupo Tampico y está sujeto a completar un proceso adicional de auditoría (due diligence) legal, financiera y operativa, y a las aprobaciones regulatorias y corporativas habituales, entre ellas, la aprobación de The Coca-Cola Company y de la Comisión Federal de Competencia.

INFORMACIÓN PARA LA CONFERENCIA TELEFÓNICA

Nuestra conferencia telefónica del segundo trimestre de 2011 se llevará a cabo el día 20 de julio de 2011 a las 11:00 A.M. ET (10:00 A.M. hora de la Ciudad de México). Para participar en la conferencia telefónica, favor de marcar: desde Estados Unidos: 866-700-7477 e Internacional: 617-213-8840. Adicionalmente estará disponible la transmisión del audio en vivo a través de nuestra página de Internet: www.coca-colafemsa.com.

Si usted no puede participar en tiempo real, una repetición de la misma estará disponible hasta el 26 de julio de 2011. Para escuchar la repetición, favor de marcar: desde Estados Unidos: 888-286-8010. Internacional: 617-801-6888. Contraseña: 85154446.



Coca-Cola FEMSA, S.A.B. de C.V. produce y distribuye *Coca-Cola*, *Fanta*, *Sprite*, *Del Valle* y otros productos de las marcas de The Coca-Cola Company en México (una parte importante del centro de México, incluyendo la ciudad de México y el Sureste de México), Guatemala (la ciudad de Guatemala y sus alrededores), Nicaragua (todo el país), Costa Rica (todo el país), Panamá (todo el país), Colombia (la mayoría del país), Venezuela (todo el país), Brasil (São Paulo, Campiñas, Santos el estado de Mato Grosso do Sul, parte del estado de Goias y parte del estado de Minas Gerais) y Argentina (Buenos Aires y sus alrededores), además de agua embotellada, jugos, té, isotónicos, cerveza y otras bebidas en algunos de estos territorios. La Compañía cuenta con 30 plantas embotelladoras en los países en Latinoamérica y atiende a cerca de 1'600,000 detallistas en la región. The Coca-Cola Company tiene una participación del 31.6% en el capital accionario de Coca-Cola FEMSA.



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

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



(A continuación 6 Págs. de tablas)

Estado de Resultados Consolidado

Expresado en millones de pesos mexicanos.⁽¹⁾

	2T 11	% Ing	2T 10	% Ing	Δ%	ACUM11	% Ing	ACUM10	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad) ⁽²⁾	665.6		633.8		5.0%	1,270.5		1,223.2		3.9%
Precio promedio por caja unidad ⁽²⁾	41.23		38.41		7.3%	41.25		38.83		6.2%
Ventas netas	28,296		25,092		12.8%	54,137		49,000		10.5%
Otros ingresos de operación	121		85		42.4%	251		205		22.4%
Ingresos totales	28,417	100%	25,177	100%	12.9%	54,388	100%	49,205	100%	10.5%
Costo de ventas	15,339	54.0%	13,522	53.7%	13.4%	29,454	54.2%	26,650	54.2%	10.5%
Utilidad bruta	13,078	46.0%	11,655	46.3%	12.2%	24,934	45.8%	22,555	45.8%	10.5%
Gastos de Operación	8,482	29.8%	7,567	30.1%	12.1%	16,443	30.2%	14,889	30.3%	10.4%
Utilidad de operación	4,596	16.2%	4,088	16.2%	12.4%	8,491	15.6%	7,666	15.6%	10.8%
Otros gastos, neto	332		248		33.9%	571		417		36.9%
Gastos financieros	406		420		-3.3%	753		794		-5.2%
Productos financieros	144		71		102.8%	237		155		52.9%
Gastos financieros, neto	262		349		-24.9%	516		639		-19.2%
Pérdida cambiaria	78		94		-17.0%	87		285		-69.5%
Utilidad por posición monetaria en subsidiarias inflacionarias	(12)		(105)		-88.6%	(60)		(258)		-76.7%
Pérdida (utilidad) en Valuación de Instrumentos derivados de no cobertura	12		26		-53.8%	(51)		(108)		-52.8%
Resultado integral de financiamiento	340		364		-6.6%	492		558		-11.8%
Utilidad antes de impuestos	3,924		3,476		12.9%	7,428		6,691		11.0%
Impuestos	1,195		896		33.4%	2,340		1,856		26.1%
Utilidad neta consolidada	2,729		2,580		5.8%	5,088		4,835		5.2%
Participación controladora	2,629	9.3%	2,480	9.9%	6.0%	4,869	9.0%	4,613	9.4%	5.5%
Participación no controladora	100		100		0.0%	219		222		-1.4%
Utilidad de operación	4,596	16.2%	4,088	16.2%	12.4%	8,491	15.6%	7,666	15.6%	10.8%
Depreciación	761		645		18.0%	1,505		1,294		16.3%
Amortización y Otros cargos virtuales	375		290		29.3%	719		611		17.7%
Flujo operativo ⁽³⁾	5,732	20.2%	5,023	20.0%	14.1%	10,715	19.7%	9,571	19.5%	12.0%

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

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

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

Estado de Situación Financiera Consolidado

Expresado en millones de pesos mexicanos.

ACTIVO		jun-11		dic-10
Activos circulantes				
Efectivo, equivalentes de efectivo y valores negociables	Ps.	16,723	Ps.	12,534
Total cuentas por cobrar		5,034		6,363
Inventarios		5,307		4,962
Otros activos circulantes ⁽¹⁾		2,088		2,577
Total activos circulantes		29,152		26,436
Propiedad, planta y equipo				
Propiedad, planta y equipo		58,812		57,330
Depreciación acumulada		(26,149)		(25,230)
Total propiedad, planta y equipo, neto		32,663		32,100
Otros activos no circulantes ⁽¹⁾		57,782		55,525
TOTAL ACTIVO	Ps.	119,597	Ps.	114,061

PASIVO Y CAPITAL CONTABLE		jun-11		dic-10
Pasivo circulante				
Deuda a corto plazo y documentos	Ps.	5,582	Ps.	1,840
Proveedores		8,937		8,988
Otros pasivos corto plazo		6,524		6,818
Pasivo circulante		21,043		17,646
Préstamos bancarios y documentos por pagar a largo plazo		16,485		15,511
Otros pasivos de largo plazo		6,995		7,023
Total pasivo		44,523		40,180
Capital Contable				
Participación no controladora		2,823		2,602
Total participación controladora		72,251		71,279
Total capital contable		75,074		73,881
TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	Ps.	119,597	Ps.	114,061

(1) A partir del 1 de enero de 2011, conforme a Normas de Información Financiera Mexicanas, la presentación de los anticipos a proveedores forma parte del rubro "Otros activos circulantes" y "Otros activos no circulantes". Se realiza reclasificación para fines comparativos en 2010.

División México

Expresado en millones de pesos mexicanos.⁽¹⁾

	2T 11	% Ing	2T 10	% Ing	Δ%	ACUM11	% Ing	ACUM10	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad)	365.3		343.1		6.5%	663.0		614.4		7.9%
Precio promedio por caja unidad	32.22		31.01		3.9%	32.04		30.81		4.0%
Ventas netas	11,768		10,640		10.6%	21,238		18,928		12.2%
Otros ingresos de operación	34		13		161.5%	56		30		86.7%
Ingresos totales	11,802	100.0%	10,653	100.0%	10.8%	21,294	100.0%	18,958	100.0%	12.3%
Costo de ventas	5,935	50.3%	5,381	50.5%	10.3%	10,862	51.0%	9,682	51.1%	12.2%
Utilidad bruta	5,867	49.7%	5,272	49.5%	11.3%	10,432	49.0%	9,276	48.9%	12.5%
Gastos de Operación	3,542	30.0%	3,312	31.1%	6.9%	6,740	31.7%	6,204	32.7%	8.6%
Utilidad de operación	2,325	19.7%	1,960	18.4%	18.6%	3,692	17.3%	3,072	16.2%	20.2%
Depreciación, amortización y otros cargos virtuales	467	4.0%	441	4.1%	5.9%	907	4.3%	896	4.7%	1.2%
Flujo Operativo ⁽²⁾	2,792	23.7%	2,401	22.5%	16.3%	4,599	21.6%	3,968	20.9%	15.9%

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

⁽²⁾ Flujo Operativo = Utilidad de Operación + Depreciación, amortización y otros cargos virtuales de operación.

División Latincentro

Expresado en millones de pesos mexicanos.⁽¹⁾

	2T 11	% Ing	2T 10	% Ing	Δ%	ACUM11	% Ing	ACUM10	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad)	147.4		143.5		2.7%	278.9		296.7		-6.0%
Precio promedio por caja unidad	55.45		51.25		8.2%	54.85		50.96		7.6%
Ventas netas	8,173		7,354		11.1%	15,300		15,121		1.2%
Otros ingresos de operación	8		13		-38.5%	16		20		-20.0%
Ingresos totales	8,181	100.0%	7,367	100.0%	11.0%	15,316	100.0%	15,141	100.0%	1.2%
Costo de ventas	4,429	54.1%	3,944	53.5%	12.3%	8,193	53.5%	8,169	54.0%	0.3%
Utilidad bruta	3,752	45.9%	3,423	46.5%	9.6%	7,123	46.5%	6,972	46.0%	2.2%
Gastos de Operación	2,535	31.0%	2,190	29.7%	15.8%	4,769	31.1%	4,453	29.4%	7.1%
Utilidad de operación	1,217	14.9%	1,233	16.7%	-1.3%	2,354	15.4%	2,519	16.6%	-6.6%
Depreciación, amortización y otros cargos virtuales	395	4.8%	323	4.4%	22.3%	763	5.0%	660	4.4%	15.6%
Flujo Operativo ⁽²⁾	1,612	19.7%	1,556	21.1%	3.6%	3,117	20.4%	3,179	21.0%	-2.0%

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

⁽²⁾ Flujo Operativo = Utilidad de Operación + Depreciación, amortización y otros cargos virtuales de operación.

División Mercosur

Expresado en millones de pesos mexicanos.⁽¹⁾

Resultados financieros incluyen los resultados de cerveza.

	2T11	% Ing	2T10	% Ing	Δ%	ACUM11	% Ing	ACUM10	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad) ⁽²⁾	152.9		147.2		3.9%	328.6		312.1		5.3%
Precio promedio por caja unidad ⁽²⁾	49.07		43.15		13.7%	48.30		43.07		12.1%
Ventas netas	8,355		7,098		17.7%	17,599		14,951		17.7%
Otros ingresos de operación	79		59		33.9%	179		155		15.5%
Ingresos totales	8,434	100.0%	7,157	100.0%	17.8%	17,778	100.0%	15,106	100.0%	17.7%
Costo de ventas	4,975	59.0%	4,197	58.6%	18.5%	10,399	58.5%	8,799	58.2%	18.2%
Utilidad bruta	3,459	41.0%	2,960	41.4%	16.9%	7,379	41.5%	6,307	41.8%	17.0%
Gastos de Operación	2,405	28.5%	2,065	28.9%	16.5%	4,934	27.8%	4,232	28.0%	16.6%
Utilidad de operación	1,054	12.5%	895	12.5%	17.8%	2,445	13.8%	2,075	13.7%	17.8%
Depreciación, amortización y otros cargos virtuales	274	3.2%	171	2.4%	60.2%	554	3.1%	349	2.3%	58.7%
Flujo Operativo ⁽³⁾	1,328	15.7%	1,066	14.9%	24.6%	2,999	16.9%	2,424	16.0%	23.7%

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

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

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

INFORMACION RELEVANTE

Por los tres meses terminados al 30 de junio de 2011 y 2010

Expresado en millones de pesos mexicanos.

	2T 11	2T 10
Inversión en Activos fijos	1,848.7	1,742.2
Depreciación	761.0	645.0
Amortización y Otros cargos virtuales de operación	375.0	290.0

VOLUMEN

Expresado en millones de cajas unidad

	2T 11					2T 10				
	Refrescos	Agua ⁽¹⁾	Garrafón ⁽²⁾	Otros	Total	Refrescos	Agua ⁽¹⁾	Garrafón ⁽²⁾	Otros	Total
México	264.5	21.0	61.7	18.1	365.3	248.5	17.9	59.6	17.1	343.1
Centroamérica	31.7	1.7	0.1	3.4	36.9	29.4	1.5	0.1	3.1	34.1
Colombia	47.8	5.4	7.0	4.2	64.4	41.7	5.6	7.1	4.2	58.6
Venezuela	42.4	2.0	0.5	1.2	46.1	46.2	2.9	0.5	1.2	50.8
Latinoamérica	121.9	9.1	7.6	8.8	147.4	117.3	10.0	7.7	8.5	143.5
Brasil	97.5	4.6	0.5	5.0	107.6	97.0	4.3	0.4	3.9	105.6
Argentina	40.8	2.4	0.2	1.9	45.3	38.1	2.1	0.2	1.2	41.6
Mercosur	138.3	7.0	0.7	6.9	152.9	135.1	6.4	0.6	5.1	147.2
Total	524.7	37.1	70.0	33.8	665.6	500.9	34.3	67.9	30.7	633.8

⁽¹⁾ Excluye presentaciones mayores a 5.0 lts.

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

Algunas marcas dentro de nuestro portafolio han sido reclasificadas entre categorías. Esta reclasificación afecta, entre otras, a las marcas de agua saborizada que anteriormente se incluían como parte de la categoría de otros y ahora se presentarán como parte de la categoría de agua. Para efectos de comparación, las cifras de 2010 han sido re expresadas. Este cambio está principalmente reflejado en el volumen del segundo trimestre de 2010 de México, Brasil y Argentina y representa 3.9 millones de cajas unidad.

INFORMACION RELEVANTE

Por los seis meses terminados al 30 de junio de 2011 y 2010

Expresado en millones de pesos mexicanos.

	ACUM 11	ACUM 10
Inversión en Activos fijos	2,464.9	2,706.4
Depreciación	1,505.0	1,294.0
Amortización y Otros cargos virtuales de operación	719.0	611.0

VOLUMEN

Expresado en millones de cajas unidad

	ACUM 11					ACUM 10				
	Refrescos	Agua ⁽¹⁾	Garrafón ⁽²⁾	Otros	Total	Refrescos	Agua ⁽¹⁾	Garrafón ⁽²⁾	Otros	Total
México	482.4	35.4	110.8	34.4	663.0	447.8	30.1	105.0	31.5	614.4
Centroamérica	60.5	3.8	0.2	6.4	70.9	59.3	3.2	0.2	6.0	68.7
Colombia	91.0	10.4	13.8	8.2	123.4	87.0	12.6	14.9	8.5	123.0
Venezuela	78.0	3.7	1.0	1.9	84.6	95.8	5.9	0.9	2.4	105.0
Latinoamérica	229.5	17.9	15.0	16.5	278.9	242.1	21.7	16.0	16.9	296.7
Brasil	207.0	11.1	1.3	10.4	229.8	203.8	10.8	1.2	7.7	223.5
Argentina	89.0	5.7	0.4	3.7	98.8	80.4	5.2	0.5	2.5	88.6
Mercosur	296.0	16.8	1.7	14.1	328.6	284.2	16.0	1.7	10.2	312.1
Total	1,007.9	70.1	127.5	65.0	1,270.5	974.1	67.8	122.7	58.6	1,223.2

⁽¹⁾ Excluye presentaciones mayores a 5.0 lts.

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

Algunas marcas dentro de nuestro portafolio han sido reclasificadas entre categorías. Esta reclasificación afecta, entre otras, a las marcas de agua saborizada que anteriormente se incluían como parte de la categoría de otros y ahora se presentarán como parte de la categoría de agua. Para efectos de comparación, las cifras de 2010 han sido re expresadas. Este cambio está principalmente reflejado en el volumen de la primera mitad de 2010 de México, Brasil y Argentina y representa 8.0 millones de cajas unidad.

Junio 2011

Información Macroeconómica

	Inflación ⁽¹⁾		
	U12M	2T 2011	ACUM 2011
México	3.28%	-0.75%	0.30%
Colombia	3.23%	0.73%	2.53%
Venezuela	23.58%	6.62%	13.02%
Brasil	6.71%	1.40%	3.87%
Argentina	9.67%	2.30%	4.68%

⁽¹⁾ Fuente: inflación publicada por el Banco Central de cada país.

Tipo de Cambio Promedio de cada Periodo

	Tipo de Cambio Trimestral (moneda local por USD)			Tipo de Cambio Acumulado (moneda local por USD)		
	2T 11	2T 10	Δ%	ACUM 11	ACUM 10	Δ%
México	11.7364	12.5543	-6.5%	11.9098	12.6770	-6.1%
Guatemala	7.6891	8.0033	-3.9%	7.7598	8.0944	-4.1%
Nicaragua	22.2841	21.2230	5.0%	22.1501	21.0954	5.0%
Costa Rica	508.2812	531.5654	-4.4%	508.3342	544.2584	-6.6%
Panamá	1.0000	1.0000	0.0%	1.0000	1.0000	0.0%
Colombia	1,797.8340	1,949.2961	-7.8%	1,837.4608	1,948.6718	-5.7%
Venezuela	4.3000	4.3000	0.0%	4.3000	4.2307	1.6%
Brasil	1.5956	1.7921	-11.0%	1.6315	1.7973	-9.2%
Argentina	4.0818	3.9015	4.6%	4.0477	3.8703	4.6%

Tipo de Cambio de Cierre de Periodo

	Tipo de Cambio de Cierre (moneda local por USD)		
	Jun 11	Jun 10	Δ%
México	11.8389	12.6567	-6.5%
Guatemala	7.7702	8.0314	-3.3%
Nicaragua	22.4184	21.3509	5.0%
Costa Rica	509,5700	540.2400	-5.7%
Panamá	1.0000	1.0000	0.0%
Colombia	1,780.1600	1,916.4600	-7.1%
Venezuela	4.3000	4.3000	0.0%
Brasil	1.5611	1.8015	-13.3%
Argentina	4.1100	3.9310	4.6%