

PARA DISTRIBUCIÓN INMEDIATA



CONTACTOS:

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

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

FEMSA REPORTA RESULTADOS PARA EL SEGUNDO TRIMESTRE Y PRIMEROS SEIS MESES DEL 2003

Monterrey, México (Julio 28, 2003) — Fomento Económico Mexicano S.A. de C.V. ("FEMSA" (BMV: FEMSA UBD, FEMSA UB; NYSE: FMX), la empresa de bebidas líder en Latinoamérica, reportó hoy sus resultados operativos y financieros para el segundo trimestre terminado el 30 de junio del 2003.

- Los ingresos totales consolidados sumaron 19,189 millones de pesos y la utilidad de operación ascendió a 3,328 millones de pesos durante el segundo trimestre.
- Coca-Cola FEMSA concluyó la adquisición de Panamco y colocó deuda de largo plazo denominada en pesos por 10 mil millones de pesos en dos ofertas de Certificados Bursátiles, mejorando su perfil de deuda en términos de costo, plazo y divisas.
- El volumen de ventas nacional de FEMSA Cerveza creció 6.2% al comparar segundo trimestre de este año contra segundo trimestre del año anterior. *Sol* sigue creciendo a una tasa de doble dígito—más que cualquier otra marca en nuestro portafolio.
- Oxxo continuó con su rápida expansión. Las 122 nuevas tiendas ayudaron a impulsar las ventas trimestrales 28.7% sobre el segundo trimestre del año pasado. El margen de operación se expandió 30 puntos base, alcanzando 5.1% de las ventas.

José Antonio Fernández Carbajal, presidente y director general de FEMSA, comentó, "Estamos entrando a una nueva fase en la historia de FEMSA, con la conciencia de que el acceder a un enorme potencial implica responsabilidades y retos significativos. Desde el cierre formal de la adquisición de Panamco a principios de mayo, y contando con la ventaja de haber realizado nuestro análisis de diagnóstico con la cooperación del equipo de Panamco desde principios de año, hemos avanzado con gran agilidad. Estamos enfrentando las necesidades más urgentes de cada uno de nuestros nuevos mercados, con un marcado enfoque en las nuevas franquicias mexicanas y el importante potencial de sinergia que éstas representan." Fernández continuó, "Nos sentimos cómodos con la nueva estructura de nuestro balance. Sin embargo, toda la organización opera con el entendimiento de que en los años por venir debemos ser muy disciplinados en nuestras finanzas y la asignación de capital, así como más productivos que nunca en nuestras operaciones. Yo tengo plena confianza de que así será."

RESULTADOS FINANCIEROS NO AUDITADOS PARA EL SEGUNDO TRIMESTRE TERMINADO EL 30 DE JUNIO DEL 2003 COMPARADOS AL SEGUNDO TRIMESTRE TERMINADO EL 30 DE JUNIO DEL 2002.

Nota Importante

El 6 de mayo del 2003 Coca-Cola FEMSA concluyó la adquisición de Panamerican Beverages, Inc. (“Panamco”). Para obtener mayores informes sobre la adquisición, favor de consultar los documentos presentados ante la Securities and Exchange Commission y la Bolsa Mexicana de Valores en los sitios de Internet de estas instituciones.

Al consumarse esta adquisición, Coca-Cola FEMSA se convierte en nuestra subsidiaria más grande en términos de ingresos totales y utilidad de operación. Los resultados operativos de Coca-Cola FEMSA y de FEMSA Consolidado para el segundo trimestre del 2003 incluyen la operación de los nuevos territorios de embotellado a partir del 6 de mayo, la cual no está reflejada en los resultados operativos para el segundo trimestre del 2002. Los resultados trimestrales de Coca-Cola FEMSA y FEMSA Consolidado no serán comparables con aquellos de periodos anteriores hasta el tercer trimestre del 2004.

FEMSA Consolidado

Ingresos Totales

En el segundo trimestre del 2003, nuestros ingresos totales consolidados crecieron 36.0%, a 19,189 millones de pesos, como resultado del crecimiento en los ingresos de todas nuestras compañías subtenedoras. La mayoría del ingreso incremental para el segundo trimestre provino de las nuevas franquicias de Coca-Cola FEMSA, lo cual lo hace incomparable con los resultados del segundo trimestre del 2002. FEMSA Comercio registró un sólido crecimiento en sus ventas de 28.7%, debido tanto a su expansión en piso de ventas, así como a la recuperación de sus indicadores de tráfico. FEMSA Cerveza impulsó su volumen doméstico nacional para lograr un crecimiento en ingresos del 2.8% en el trimestre. Por su parte, FEMSA Empaques registró un crecimiento en ventas del 6.6%, reflejando una buena demanda para sus latas de bebida y condiciones cambiarias favorables. En los primeros seis meses del año, los ingresos totales consolidados de FEMSA fueron de 31,723 millones de pesos. En el semestre, el cual sólo incluye dos meses de operación de los nuevos territorios de Coca-Cola FEMSA, aproximadamente el 40% de nuestros ingresos provinieron de esta empresa, 31% de FEMSA Cerveza, 24% de FEMSA Comercio y 5% de FEMSA Empaques.

Utilidad de Operación

En el segundo trimestre del 2003, nuestra utilidad de operación consolidada (después de la participación en los resultados de compañías asociadas) aumentó 17.0% a 3,328 millones de pesos y el margen de operación consolidado fue de 17.3% de los ingresos totales consolidados. La contracción del margen de operación de 290 puntos base se debe principalmente a la incorporación de los nuevos territorios de Coca-Cola FEMSA, los cuales tienen actualmente un menor nivel de rentabilidad que los territorios tradicionales de Coca-Cola FEMSA. FEMSA Cerveza y FEMSA Empaques también registraron contracciones en su margen de operación, reflejando principalmente incrementos en sus respectivos gastos de

venta. En los primeros seis meses del año, la utilidad de operación consolidada fue de 5,035 millones de pesos. En el semestre, que sólo contempla dos meses de operación de los nuevos territorios de Coca-Cola FEMSA, aproximadamente el 54% de nuestra utilidad de operación provino de Coca-Cola FEMSA, 34% de FEMSA Cerveza, 6% de FEMSA Comercio y 6% de FEMSA Empaques.

Costo Integral de Financiamiento e Impuestos

Gasto Financiero Neto. El gasto financiero neto consolidado en el segundo trimestre del 2003 fue de 446 millones de pesos. Este monto es resultado primordialmente del gasto financiero relacionado a la nueva deuda emitida por Coca-Cola FEMSA para financiar la adquisición de nuevos territorios de embotellado, el cual fue sólo parcialmente compensado con el producto financiero proveniente de una mayor caja en pesos. En los primeros seis meses del año, el gasto financiero neto consolidado fue de 590 millones de pesos.

Fluctuación Cambiaria. En el segundo trimestre del 2003 registramos una pérdida por fluctuación cambiaria de 773 millones de pesos. Este monto es resultado de la volatilidad cambiaria observada durante el trimestre en conjunto con las grandes transacciones denominadas en dólares que se efectuaron en relación a la compra de Panamco. Específicamente, los factores que afectaron la pérdida por fluctuación cambiaria en Coca-Cola FEMSA fueron (i) la apreciación del peso mexicano contra el dólar aplicado a nuestra posición de caja diaria desde el 31 de marzo de 2003 a la fecha de la adquisición de Panamco (el tipo de cambio al cierre fue de 10.188 pesos por dólar); y (ii) la devaluación del peso mexicano frente al dólar aplicada al financiamiento de la adquisición denominado en dólares a partir del día del cierre de la transacción hasta el final del segundo trimestre de 2003. En los primeros seis meses del año, la pérdida por fluctuación cambiaria sumó 929 millones de pesos.

Posición Monetaria. En el segundo trimestre del 2003 la ganancia por posición monetaria ascendió a 37 millones de pesos, reflejando principalmente la ligera inflación en México durante el periodo. En los primeros seis meses del año, la ganancia por posición monetaria fue de 25 millones de pesos.

Otros Gastos. El cargo por otros gastos fue de 430 millones de pesos para el segundo trimestre y de 542 millones de pesos para los primeros seis meses del 2003. El cargo efectuado en el segundo trimestre se refiere principalmente a bajas en equipo de FEMSA Cerveza, como parte del proceso de implementación de tecnología más moderna en toda la organización, así como pagos por liquidación en algunas de nuestras subsidiarias.

Impuestos. En el segundo trimestre del 2003 registramos impuesto sobre la renta, impuesto al activo y participación de los trabajadores en las utilidades (“impuestos”) por 636 millones de pesos. La tasa efectiva de impuestos del trimestre fue de 37.1%.

Utilidad Neta

En el segundo trimestre del 2003 nuestra utilidad neta consolidada fue de 1,080 millones de pesos. En los primeros seis meses del 2003, nuestra utilidad neta consolidada alcanzó 1,738 millones de pesos.

Utilidad Neta Mayoritaria Consolidada

La utilidad neta mayoritaria consolidada fue de 721 millones de pesos para el segundo trimestre del 2003 y de 1,122 millones de pesos para los primeros seis meses del 2003. La utilidad neta mayoritaria por Unidad de FEMSA fue de 0.681 pesos para el segundo trimestre del 2003 y de 1.059 millones de pesos para los primeros seis meses del 2003.

Coca-Cola FEMSA

Los resultados financieros de Coca-Cola FEMSA y la discusión de estos se incorporan por referencia al reporte trimestral de Coca-Cola FEMSA en los anexos de este comunicado.

FEMSA Cerveza

En el segundo trimestre del 2003 los ingresos totales de FEMSA Cerveza ascendieron a 5,836 millones de pesos, equivalente a un crecimiento de 2.8% comparado al mismo periodo del año anterior, como resultado de un buen crecimiento de 5.1% en el volumen de ventas total y la disminución de 1.8% en el precio promedio total por hectolitro en términos reales. En el trimestre, FEMSA Cerveza avanzó en la implementación de sus iniciativas estratégicas, desarrollando exitosamente una prueba piloto de la plataforma de sistemas integrados que apoya a la organización de ventas en algunos de sus mercados. El volumen nacional creció 6.2% a 6.120 millones de hectolitros, a raíz de una recuperación en la demanda, particularmente durante los meses de abril y mayo. Consideramos que el alza en la demanda observada durante el trimestre fue impulsada por una combinación de los siguientes factores: (i) ausencia de un aumento de precios nominal durante los primeros seis meses del 2003, (ii) las vacaciones de Semana Santa se efectuaron durante el mes de abril, y (iii) condiciones climáticas particularmente cálidas durante abril y mayo. El precio promedio nacional por hectolitro en términos reales disminuyó 2.8% en el trimestre. El volumen de ventas de exportación disminuyó 4.5%, debido a que las exportaciones a Estados Unidos disminuyeron por menor demanda en el segmento de cervezas importadas. Sin embargo, los ingresos de exportación siguen siendo beneficiados por la devaluación de la divisa respecto al año pasado, al registrarse un crecimiento de 8.2% en el precio promedio por hectolitro en términos reales.

En el segundo trimestre del 2003, la utilidad bruta de FEMSA Cerveza aumentó 3.6% comparada al segundo trimestre del 2002. El costo de ventas mostró un incremento moderado en los costos variables denominados en dólares, el cual fue parcialmente compensado por la reducción en los costos fijos y de flete por hectolitro, y resultó en una reducción de 60 puntos base en el costo de ventas como porcentaje de las ventas netas. El margen bruto se expandió 20 puntos base a 58.3% de las ventas netas. Los gastos de administración aumentaron 0.6% a 565 millones de pesos y los gastos de venta aumentaron 11.1% a 1,608 millones de pesos durante el periodo. El incremento de los gastos de venta por encima de la tasa de crecimiento de las ventas se atribuye principalmente a una mayor provisión para cuentas incobrables, mayores gastos en investigación de mercados y otros

gastos relacionados a los distribuidores terceros que han sido adquiridos a lo largo del año. Como resultado, la utilidad de operación de FEMSA Cerveza, antes de la deducción de servicios corporativos, disminuyó 5.8% a 1,215 millones de pesos en comparación al segundo trimestre del 2002, lo cual resultó en un margen de operación, antes de la deducción del pago de servicios corporativos de 20.8%, 190 puntos base por debajo del registrado en el segundo trimestre del año pasado.

En la primera mitad del 2003, FEMSA Cerveza registró un crecimiento en ingresos de 0.4% a 10,375 millones de pesos, mientras que la utilidad de operación registró una disminución de 4.8% a 1,734 millones de pesos, dando como resultado en un margen de operación semestral de 16.7%.

FEMSA Comercio

Durante el segundo trimestre del 2003 FEMSA Comercio agregó 122 nuevas tiendas a la cadena comercial Oxxo (neto de tiendas cerradas), comparado a 55 tiendas en el mismo periodo del 2002. Los ingresos totales de FEMSA Comercio crecieron 28.7% a 4,186 millones de pesos, principalmente como resultado del crecimiento del número de tiendas, el cual incluye 521 tiendas Oxxo más en este trimestre comparado con el mismo periodo del 2002. La venta promedio por tienda en el universo de tiendas totales aumentó 1.0% en el trimestre, reflejando, en cierta medida, el éxito de Oxxo en sus estrategias de mercadotecnia y el tráfico incremental generado por la buena localización de las nuevas tiendas. Las ventas en tiendas maduras comparativas aumentaron 2.8% en el trimestre, producto principalmente de los siguientes factores: (i) un efecto calendario favorable ya que las vacaciones de Semana Santa cayeron en Abril a diferencia de en Marzo en el 2002, (ii) exitosas promociones implementadas durante el mes de Mayo, (iii) una recuperación gradual de las tiendas localizadas en ciudades fronterizas del norte, y (iv) el clima particularmente cálido durante los meses de Abril y Mayo. La estrategia organizacional de los administradores por categorías ha estrechado las relaciones con nuestros proveedores, lo cual se ve reflejado en el incremento del margen bruto de FEMSA Comercio. Los gastos de operación como porcentaje de los ingresos totales aumentaron 30 puntos base, principalmente en función de un incremento en el gasto por electricidad de las tiendas, así como por mejoras y mantenimiento realizado en algunas de las más antiguas. La utilidad de operación antes de servicios corporativos aumentó 38.5%, lo cual se traduce en una expansión del margen bruto de 30 puntos base a 5.1% de los ingresos totales del trimestre.

Los resultados acumulados para la primera mitad del 2003 muestran a FEMSA Comercio con un crecimiento en ventas de 25.0% a 7,590 millones de pesos, lo cual produjo un crecimiento en la utilidad de operación de 24.6% a 322 millones de pesos, resultando en un margen de operación estable de 4.2%.

FEMSA Empaques

En el segundo trimestre del 2003 FEMSA Empaques registró un incremento en ingresos totales de 6.6% a 1,870 millones de pesos, derivado de un sobresaliente desempeño en su negocio de lata de bebidas, Famosa, la cual logró un crecimiento de 10.1% en el volumen de

ventas, producto de mayores ventas de lata a FEMSA Cerveza, Coca-Cola FEMSA y clientes de exportación. Adicionalmente, los ingresos denominados en dólares (tales como las ventas de lata de bebidas) se vieron beneficiados por la devaluación anual del peso frente al dólar. El negocio de botellas de vidrio registró un incremento en el volumen vendido de 0.8% debido a un incremento en las compras por parte de FEMSA Cerveza, lo que compensó la tendencia de reducir las ventas a clientes terceros. No obstante el crecimiento en ventas, el margen bruto se contrajo 140 puntos base a 24.1% de las ventas netas, debido principalmente a un cargo relacionado a la depreciación de dos de nuestros tres hornos de vidrio cuyas vidas útiles fueron ajustadas para reflejar más adecuadamente las condiciones actuales y la implementación de nueva tecnología. Los gastos de operación aumentaron 8.3%, principalmente reflejando mayores gastos de flete para el negocio de exportación de lata de bebidas. La utilidad de operación antes de servicios corporativos disminuyó 2.8%, lo que representa una contracción del margen operativo de 150 puntos base a 15.5% de los ingresos totales.

En la primera mitad del 2003, FEMSA Empaques registró un crecimiento en ingresos totales de 6.8% a 3,410 millones de pesos y un crecimiento en la utilidad de operación de 8.5% a 499 millones de pesos, lo cual representa un margen de operación al primer semestre de 14.6%.

Inversiones en Capital

Como se describe en nuestro reporte anual de la Circular Única recientemente presentado ante la Bolsa Mexicana de Valores, esperamos que nuestras inversiones en capital consolidadas para el año 2003 asciendan aproximadamente a 11,100 millones de pesos. Esto representa un incremento significativo contra años anteriores y resulta de proyectos simultáneos, y en su mayoría no recurrentes, llevados a cabo por nuestras subsidiarias. En Coca-Cola FEMSA se están realizando inversiones relacionadas a los nuevos territorios y el mejoramiento de nuestra base de activos; en FEMSA Cerveza, una porción significativa del incremento en la inversión está siendo asignada al proyecto de alinear óptimamente su red de distribución primaria, lo cual implica la compra y/o el franquiciamiento de distribuidores terceros; en FEMSA Comercio, la expansión acelerada del piso de venta junto con la adquisición de ciertos locales selectos ha requerido una mayor inversión, y finalmente, FEMSA Empaques ha realizado una reconstrucción programada de uno de sus hornos de vidrio, la cual se lleva a cabo aproximadamente cada cinco años.

Hay que resaltar el hecho de que todos los proyectos de inversión son aprobados después de un análisis muy completo, que no sólo contempla aspectos estratégicos sino también una perspectiva de EVA. En cada caso, estas inversiones son consistentes con los planes estratégicos de largo plazo de nuestra compañía y representan, en nuestra opinión, las mejores alternativas para el uso de nuestro capital para seguir generando retorno para nuestros accionistas.

INFORMACIÓN PARA LA CONFERENCIA TELEFÓNICA

La conferencia telefónica del segundo trimestre del 2003 se llevará a cabo el miércoles, 30 de abril del 2003 a las 12:00 horas tiempo de México (13:00 horas E.T.). Para participar en la conferencia, favor de marcar: dentro de los E.U.: 1-800-915-4836; internacional: 973-317-5319. La conferencia se transmitirá en vivo por Internet en <http://ri.femsa.com>.

En caso de no poder participar, la grabación de la conferencia estará disponible hasta el 6 de mayo del 2003. Para escuchar la grabación por favor marque: dentro de los E.U.: 1-800-428-6051; internacional: 973-709-2089, Clave: 301313.

Se presentó cierta información financiera no auditada de Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V. y subsidiarias ("FEMSA") para el segundo trimestre y año completo terminados el 30 de junio del 2003, comparada con el segundo trimestre y año completo terminados el 30 de junio del 2002. Somos una empresa tenedora, cuyas principales actividades están agrupadas bajo las siguientes compañías subtenedoras y realizadas por sus respectivas subsidiarias operativas: FEMSA Cerveza, S.A. de C.V. ("FEMSA Cerveza"), la cual se dedica a la producción, distribución, y venta de cerveza; Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. ("Coca-Cola FEMSA"), la cual se dedica a la producción, distribución y venta de refrescos; FEMSA Empaques, S.A. de C.V. ("FEMSA Empaques"), la cual se dedica a la producción y distribución de materiales de empaque; y FEMSA Comercio, S.A. de C.V. ("FEMSA Comercio"), la cual opera tiendas de conveniencia.

Las unidades de FEMSA consisten en Unidades FEMSA UBD y Unidades FEMSA UB. Cada unidad FEMSA UBD está compuesta por una acción Serie B, dos acciones Serie D-B y dos acciones Serie D-L. Cada unidad FEMSA UB está compuesta por cinco acciones Serie B. El número de Unidades FEMSA en circulación al 30 de junio del 2003 fue 1,059,462,090, equivalente al número total de acciones en circulación al 30 de junio de 2002, dividido entre 5.

Todas las cifras en este reporte están expresadas en pesos mexicanos constantes ("Pesos" o "Ps") con poder adquisitivo al 30 de junio del 2003 y fueron preparadas de acuerdo con Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México ("PCGA México"); por lo tanto, todos los cambios porcentuales están expresados en términos reales. La reexpresión se determinó como sigue:

- Para los resultados de las operaciones en México, utilizando los factores derivados del Índice Nacional de Precios al Consumidor ("INPC"). Para reexpresar los pesos de junio del 2002 a pesos de junio del 2003, se aplicó un factor de inflación de 1.0427, y para reexpresar los pesos de marzo del 2003 a pesos de junio del 2003, se aplicó un factor de inflación de 0.9993.
- Para los resultados de las operaciones en Buenos Aires, utilizando los factores derivados del Índice Nacional Argentino de Precios al Consumidor. Para reexpresar los pesos argentinos de junio del 2002 a pesos argentinos de junio del 2003, se aplicó un factor de inflación de 1.0976, y para reexpresar los pesos argentinos de cierre de marzo del 2003 a pesos argentinos de junio del 2003, se aplicó un factor de inflación de 0.9970. Posteriormente para convertir los pesos argentinos a pesos, se aplicó el tipo de cambio al 30 de junio del 2003, de 3.73 pesos por peso argentino.

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

NOTICIA IMPORTANTE

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

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

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

###



RESULTADOS CONSOLIDADOS

Por el segundo trimestre y por el primer semestre terminados el 30 de Junio de:

(Millones de Pesos constantes del 30 de Junio del 2003)

	Segundo trimestre de:			Al primer semestre de:		
	2003	2002	%Var	2003	2002	%Var
Ventas netas	19,125	14,057	36.1	31,596	25,983	21.6
Otros ingresos de operación	64	52	23.1	127	92	38.0
Total ingresos	19,189	14,109	36.0	31,723	26,075	21.7
Costo de ventas	9,845	6,902	42.6	16,448	13,046	26.1
Utilidad bruta	9,344	7,207	29.7	15,275	13,029	17.2
Gastos de administración	1,375	1,183	16.2	2,518	2,338	7.7
Gastos de venta	4,643	3,209	44.7	7,702	6,225	23.7
Gastos de operación	6,018	4,392	37.0	10,220	8,563	19.4
Part. en asociadas	2	29	(93.1)	(20)	9	N.S.
Utilidad de operación	3,328	2,844	17.0	5,035	4,475	12.5
Gasto financiero	(586)	(226)	N.S.	(916)	(422)	N.S.
Producto financiero	140	93	50.5	326	205	59.0
Gasto financiero, neto	(446)	(133)	N.S.	(590)	(217)	N.S.
Fluctuación cambiaria	(773)	(381)	N.S.	(929)	(141)	N.S.
Ganancia por posición monetaria	37	286	(87.1)	25	474	(94.7)
Costo integral de financiamiento	(1,182)	(228)	N.S.	(1,494)	116	N.S.
Otros (gastos) productos	(430)	(160)	N.S.	(542)	(241)	N.S.
Utilidad antes de impuestos	1,716	2,456	(30.1)	2,999	4,350	(31.1)
Impuestos	(636)	(1,044)	(39.1)	(1,261)	(1,800)	(29.9)
Utilidad neta consolidada	1,080	1,412	(23.5)	1,738	2,550	(31.8)
Utilidad mayoritaria	721	843	(14.5)	1,122	1,535	(26.9)
Utilidad minoritaria	359	569	(36.9)	616	1,015	(39.3)

	% Ingresos Totales			% Ingresos Totales		
	2003	2002	Var P.P.	2003	2002	Var P.P.
Ventas netas	99.7	99.6	0.1	99.6	99.6	-
Otros ingresos de operación	0.3	0.4	(0.1)	0.4	0.4	-
Total ingresos	100.0	100.0	-	100.0	100.0	-
Costo de ventas ⁽¹⁾	51.5	49.1	2.4	52.1	50.2	1.9
Utilidad bruta ⁽¹⁾	48.9	51.3	(2.4)	48.3	50.1	(1.8)
Gastos de administración	7.2	8.4	(1.2)	7.9	9.0	(1.1)
Gastos de venta	24.2	22.7	1.5	24.3	23.9	0.4
Gastos de operación	31.4	31.1	0.3	32.2	32.8	(0.6)
Part. en asociadas	-	0.2	(0.2)	(0.1)	-	(0.1)
Utilidad de operación	17.3	20.2	(2.9)	15.9	17.2	(1.3)

⁽¹⁾ Calculado a ventas netas

BALANCE GENERAL CONSOLIDADO

Al 30 de Junio de:

ACTIVOS	2003	2002	% Var
Efectivo y valores de realiz inmediata	7,632	7,644	(0.2)
Cuentas por cobrar	4,316	3,228	33.7
Inventarios	6,563	4,737	38.5
Pagos anticipados	2,155	1,109	94.3
Total activo Circulante	20,666	16,718	23.6
Propiedad, planta y equipo, neto	39,247	29,240	34.2
Cargos diferidos y otros	9,396	5,713	64.5
Derechos de embotellado y distribución ⁽²⁾	31,226	818	3,717.4
TOTAL ACTIVOS	100,535	52,489	91.5

PASIVOS Y CAPITAL CONTABLE

Prestamos bancarios C.P.	3,091	1,675	84.5
Vencimientos del pasivo L.P. a C.P.	3,804	776	390.2
Intereses por pagar	231	135	71.1
Pasivo de operación	11,025	6,441	71.2
Total Pasivo Circulante	18,151	9,027	101.1
Prestamos bancarios	32,871	6,690	391.3
Impuestos diferidos	4,995	4,052	23.3
Obligaciones laborales y otros	3,460	1,449	138.8
Total Pasivos	59,477	21,218	180.3
Total Capital Contable	41,056	31,271	31.3
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	100,533	52,489	91.5

RAZONES FINANCIERAS

	Var. p.p.		
Liquidez	1.14	1.85	(0.71)
Cobertura de intereses ⁽³⁾	12.51	30.07	(17.56)
Apalancamiento	1.45	0.68	77.02
Capitalización	51.16%	23.60%	27.56

OTHER CONSOLIDATED

INFORMATION	Segundo trimestre de		Al primer semestre de	
	2003	2002	2003	2002
Depreciación	635.7	546.6	1,126.5	1,047.5
Otros cargos virtuales	685.4	463.8	1,219.6	1,003.1
Inversión en activo fijo	1,342.2	1,379.8	2,922.0	2,287.9
Deuda Neta (MM dólares)			3,077.8	149.9

⁽³⁾ Incluye activos intangibles generados por la adquisición de Panamco

⁽³⁾ Ut operación + depreciación + otros cargos virtuales / gastos financieros, neto



Resultados de Operación
Por el segundo trimestre de:
Millones de pesos al 30 de Junio del 2003

	FEMSA Cerveza			Coca-Cola FEMSA			FEMSA Comercio			FEMSA Empaques		
	2003	2002	% Var	2003	2002	% Var	2003	2002	% Var	2003	2002	% Var
Ventas Netas	5,806.5	5,625.8	3.2	8,719.6	4,755.3	83.4	4,185.6	3,252.0	28.7	1,864.1	1,748.4	6.6
Ingresos de Operación	29.6	51.3	(42.3)	59.3	25.0	N.S.				5.4	4.8	12.7
Ingresos Totales	5,836.1	5,677.1	2.8	8,778.9	4,780.3	83.6	4,185.6	3,252.0	28.7	1,869.5	1,753.2	6.6
Costo Ventas	2,450.6	2,408.1	1.8	4,408.3	2,175.3	N.S.	3,088.6	2,419.9	27.6	1,419.3	1,307.0	8.6
Utilidad bruta	3,385.5	3,269.0	3.6	4,370.6	2,605.0	67.8	1,097.0	832.1	31.8	450.2	446.2	0.9
Gastos Administración	564.7	561.6	0.6	537.2	372.5	44.2	68.1	58.4	16.4	46.2	44.1	4.6
Gastos Venta	1,607.8	1,446.7	11.1	2,091.2	1,006.3	N.S.	814.6	618.9	31.6	114.4	104.1	9.9
Gastos Operación	2,172.5	2,008.3	8.2	2,628.4	1,378.8	90.6	882.7	677.3	30.3	160.6	148.2	8.3
Participación en Asociadas	1.5	28.8	(94.8)									
Utilidad de operación antes de servicios corporativos	1,214.5	1,289.5	(5.8)	1,742.2	1,226.2	42.1	214.3	154.8	38.5	289.6	298.0	(2.8)
Servicios Corporativos	102.5	99.6	2.9				18.7	24.9	(25.0)	27.5	25.1	9.4
Utilidad de operación	1,112.0	1,189.9	(6.5)	1,742.2	1,226.2	42.1	195.6	129.8	50.6	262.1	272.9	(3.9)
% a Ingresos Totales												
Utilidad de operación antes de servicios corporativos	20.8	22.7	(1.9)	19.8	25.7	(5.9)	5.1	4.8	0.3	15.5	17.0	(1.5)
OTRA INFORMACIÓN:												
Depreciación	276.9	269.3	2.8	236.9	160.1	48.0	31.2	21.4	45.9	64.7	57.2	13.2
Cargos Virtuales	433.9	287.0	51.2	201.9	126.0	60.2	30.1	24.5	22.7	15.5	20.3	(24.0)
Inversión en activo fijo	592.3	882.3	(32.9)	431.0	289.4	48.9	254.9	179.3	42.1	49.2	38.0	29.5



Resultados de Operación
Acumulado al primer semestre de:
Millones de pesos al 30 de Junio del 2003

	FEMSA Cerveza			Coca-Cola FEMSA			FEMSA Comercio			FEMSA Empaques		
	2003	2002	% Var	2003	2002	% Var	2003	2002	% Var	2003	2002	% Var
Ventas Netas	10,310.5	10,250.4	0.6	12,829.5	8,842.3	45.1	7,590.3	6,072.2	25.0	3,398.7	3,183.3	6.8
Ingresos de Operación	64.6	78.5	(17.7)	109.0	65.3	66.9				11.2	8.6	29.2
Ingresos Totales	10,375.1	10,328.9	0.4	12,938.5	8,907.6	45.3	7,590.3	6,072.2	25.0	3,409.8	3,191.9	6.8
Costo Ventas	4,492.2	4,492.1	0.0	6,410.9	4,104.4	56.2	5,608.0	4,521.4	24.0	2,605.6	2,453.4	6.2
Utilidad bruta	5,882.9	5,836.8	0.8	6,527.6	4,803.2	35.9	1,982.2	1,550.8	27.8	804.3	738.5	8.9
Gastos Administración	1,129.7	1,129.7	0.0	865.9	719.2	20.4	128.0	112.9	13.4	90.2	88.4	2.0
Gastos Venta	2,998.6	2,893.7	3.6	2,924.9	1,912.2	53.0	1,532.3	1,179.6	29.9	215.1	190.3	13.0
Gastos Operación	4,128.3	4,023.4	2.6	3,790.8	2,631.4	44.1	1,660.4	1,292.5	28.5	305.2	278.7	9.5
Participación en Asociadas	(20.3)	8.7	N.S.									
Utilidad de operación antes de servicios corporativos	1,734.3	1,822.1	(4.8)	2,736.8	2,171.8	26.0	321.9	258.2	24.6	499.0	459.8	8.5
Servicios Corporativos	205.5	200.3	2.6				34.4	43.9	(21.7)	52.5	47.7	10.2
Utilidad de operación	1,528.8	1,621.8	(5.7)	2,736.8	2,171.8	26.0	287.5	214.3	34.1	446.5	412.2	8.3
% a Ingresos Totales												
Utilidad de operación antes de servicios corporativos	16.7	17.6	(0.9)	21.2	24.4	(3.2)	4.2	4.3	(0.1)	14.6	14.4	0.2
OTRA INFORMACIÓN:												
Depreciación	564.2	560.2	0.7	356.4	305.3	16.7	60.7	43.5	39.7	125.6	117.9	6.5
Cargos Virtuales	805.5	666.8	20.8	294.1	233.5	26.0	61.8	48.0	28.7	32.3	31.4	3.1
Inversión en activo fijo	1,427.5	1,533.0	(6.9)	779.8	521.5	49.5	456.5	230.4	98.1	248.6	64.7	N.S.
Deuda neta millones dls.	330.8	229.2	44.3	2,479.0	(153.6)	N.S.	69.7	41.2	69.2	190.8	127.2	50.0



INFORMACIÓN OPERATIVA

Por el segundo trimestre y por el primer semestre terminados el 30 de Junio de:

FEMSA Cerveza

Volumen de Ventas

(Miles de hectolitros)

	Segundo trimestre de:			Al primer semestre de:		
	2003	2002	%Var	2003	2002	%Var
Nacional	6,120.4	5,764.4	6.2	10,961.0	10,694.0	2.5
Exportación	598.4	626.4	(4.5)	959.8	994.7	(3.5)
Total volumen	6,718.8	6,390.8	5.1	11,920.8	11,688.7	2.0

Mezcla por Presentación (%)

	Segundo trimestre de:			Al primer semestre de:		
	2003	2002	Var p.p.	2003	2002	Var p.p.
Retornable	68.0	69.0	(1.0)	68.6	69.9	(1.3)
No Retornable	8.8	8.0	0.8	8.5	7.7	0.8
Lata	23.2	23.0	0.2	22.9	22.4	0.5
Total volumen	100.0	100.0	-	100.0	100.0	-

Ingresos exportación:	Millones Ps.	429.4	415.6	3.3	689.1	653.2	5.5
	US Millones	41.5	41.1	1.0	65.2	65.8	(0.9)

FEMSA Empaques

Volumen de Ventas Total

(Millones de piezas)

	Segundo trimestre de:			Al primer semestre de:			
	2003	2002	%Var	2003	2002	%Var	
Latas	877.6	797.4	10.1	1,614.9	1,406.0	14.9	
Hermetapas	3,838.7	3,828.4	0.3	6,954.2	7,148.1	(2.7)	
Botellas	278.6	276.4	0.8	488.4	507.5	(3.8)	
Volumen Exportación:	Latas	145.1	96.1	51.0	294.0	127.2	131.1
	Hermetapas	2,116.0	2,081.2	1.7	3,843.5	3,911.6	(1.7)
Ventas Exportación:	Millones Ps.	216.0	180.4	19.7	418.1	306.7	36.3
	US Millones	20.9	17.9	16.8	39.3	31.0	26.8

Porcentaje de ventas por cliente:

	Segundo trimestre de:			Al primer semestre de:		
	2003	2002	Var p.p.	2003	2002	Var p.p.
Ventas intercompañías	60.5	61.8	(1.3)	59.3	60.9	(1.6)
FEMSA Cerveza	41.8	44.2	(2.4)	40.0	44.3	(4.3)
Coca-Cola FEMSA	18.7	17.6	1.1	19.3	16.6	2.7
Ventas a terceros	39.5	38.2	1.3	40.7	39.1	1.6
Nacional	28.0	30.0	(2.0)	28.8	30.7	(1.9)
Exportación	11.5	8.2	3.3	11.9	8.4	3.5
Total	100.0	100.0	-	100.0	100.0	-

Coca-Cola FEMSA

Volumen de Ventas

(Millones de cajas unidad)

	Segundo trimestre de:			Al primer semestre de:		
	2003	2002	%Var	2003	2002	%Var
México ⁽¹⁾	273.1	266.4	2.5	501.4	485.4	3.3
Centroamérica	26.3	24.8	6.0	50.6	48.2	5.0
Colombia	40.7	42.3	(3.8)	84.7	88.3	(4.1)
Venezuela	37.7	39.5	(4.6)	65.9	80.4	(18.0)
Brasil	56.8	71.5	(20.6)	127.7	150.2	(15.0)
Argentina	27.1	23.3	16.3	58.3	52.8	10.4
Total KOF	461.7	467.8	(1.3)	888.6	905.3	(1.8)

⁽¹⁾ El volumen de agua en el segundo trimestre y primer semestre 2003 incluye 3.2 M CU de presentación CIEL 5.0 Lt

FEMSA Comercio

	Segundo trimestre de:			Al primer semestre de:		
	2003	2002	%Var	2003	2002	%Var
Tiendas totales				2,399	1,878	27.7
Tiendas nuevas	122	55	121.8	183	99	84.8
Tiendas maduras comparativas: ⁽²⁾						
Vtas prom. mensuales por tienda						
(Miles de pesos) ⁽³⁾	597.7	581.5	2.8	558.6	553.8	0.9
Tráfico promedio	25.1	24.8	1.1	23.6	23.4	0.6
Ticket promedio	23.8	23.4	1.6	23.7	23.6	0.3

⁽²⁾ Calculado mediante la comparación de ventas promedio mensuales por tienda en aquellas tiendas con más de 18 meses de operación

⁽³⁾ Calculado sobre el número de tiendas maduras comparativas existente en cada periodo

COMUNICADO DE PRENSA

PARA PUBLICACIÓN INMEDIATA

PARA MAYOR INFORMACIÓN:

Alfredo Fernández / Julieta Naranjo

Departamento de Relaciones con Inversionistas

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

(52-555) 081-5120, (52-555) 081-5121

afernandez@kof.com.mx

Página WEB: www.cocacola-femsa.com.mx



COCA-COLA FEMSA anuncia resultados del segundo trimestre y del primer semestre de 2003

SEGUNDO TRIMESTRE 2003

- El volumen consolidado en cajas unidad alcanzó 461.7 Millones de Cajas Unidad (MCU)¹ durante el segundo trimestre de 2003.
- El ingreso consolidado alcanzó Ps.8,778.9 millones y la utilidad operativa consolidada fue de Ps.1,742.2 millones durante el segundo trimestre del 2003, alcanzando un margen operativo consolidado de 19.8%.

Ciudad de México (28 de julio de 2003) - Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. (NYSE: KOF; BMV: KOFL) (“KOF” o la “Compañía”), el más grande embotellador de productos Coca-Cola de Latino América y el segundo más grande del mundo, anunció hoy sus resultados consolidados para el segundo trimestre del año 2003.

“Nuestra compañía esta atravesando un proceso de transformación significativo. Me siento muy satisfecho por el rápido y transparente proceso de integración que estamos implementando. Hemos encontrado oportunidades significativas y un fuerte equipo gerencial con el talento apropiado que nos permitirá fortalecer nuestra generación de ingresos y racionalizar las instalaciones operativas en todos nuestros territorios.

“Consideramos que nuestra experiencia administrando la arquitectura de precios de nuestros productos, desarrollando empaques para las diversas ocasiones de consumo y canales de distribución, nos ayudará a incrementar la rentabilidad en nuestros territorios. Pretendemos desarrollar un mejor portafolio de productos y empaques con una adecuada arquitectura de precios en todos los países donde operamos, apalancándonos con el fuerte valor de marca que tiene *Coca-Cola*. En cada uno de los países en los que actualmente operamos, la marca *Coca-Cola* goza de una gran preferencia entre los consumidores.

“Hemos iniciado un proceso de intercambio de talento gerencial, poniendo en práctica el fuerte empuje que tiene la cultura Coca-Cola FEMSA e implementando los mecanismos apropiados para

¹ Caja unidad es una medida equivalente a una caja de 24 botellas de 8 onzas.

premiar desempeño y responsabilidad entre el equipo gerencial que escogimos para operar nuestros nuevos territorios. Estamos iniciando y consideramos que vamos por el camino correcto” comentó Carlos Salazar, Director General de la Compañía.

Empezamos a consolidar los resultados de nuestros nuevos territorios durante el segundo trimestre de 2003 de conformidad con los principios de contabilidad generalmente aceptados en México. Panamco históricamente preparó sus estados financieros de conformidad con los principios contables estadounidenses y en U.S. Dólares. Nosotros hemos preparado históricamente y continuaremos preparando nuestros estados financieros bajo los principios contables mexicanos y en Pesos mexicanos. Los resultados de nuestros nuevos territorios de conformidad con los principios mexicanos, difieren y pueden no ser comparables respecto a los resultados presentados por Panamco para periodos anteriores. Adicionalmente, los resultados de Panamco no se verán reflejados en nuestros estados financieros para periodos previos a mayo de 2003.

La información financiera, en el consolidado y por país, incluye tres y seis meses de resultados de los territorios originales de Coca-Cola FEMSA (Valle de México, Sureste de México y Buenos Aires) y únicamente dos meses de nuestros nuevos territorios adquiridos de Panamco. La información financiera de Coca-Cola FEMSA no va a ser comparada con trimestres anteriores hasta el tercer trimestre del 2004, y en base anual hasta el final del 2005.

Sin embargo la información de volumen de ventas para el segundo trimestre de 2003 es comparable con periodos anteriores, y es presentada en una sección por separado en este comunicado de prensa.

RESULTADOS CONSOLIDADOS

Durante el segundo trimestre del 2003, nuestro volumen total consolidado fue de 461.7 MCU. La utilidad operativa consolidada alcanzó Ps.1,742.2 millones durante el segundo trimestre del 2003.

La pérdida financiera por costo integral de financiamiento fue de Ps.1,218.9 millones durante el segundo trimestre del 2003, reflejando la nueva situación financiera después de la adquisición, siendo esta el efecto combinado de:

- (i) gastos de intereses acumulados relacionados con la deuda existente y la deuda de la adquisición asumida en conexión con la transacción de Panamco;
- (ii) la pérdida por posición monetaria generada principalmente por (i) la apreciación del peso mexicano contra el U.S. dólar aplicado a nuestra posición de caja desde el 31 de marzo de 2003 a la fecha de la adquisición de Panamco (el tipo de cambio al cierre fue de Ps.10.188 por U.S. dólar); y (ii) la devaluación del peso mexicano frente al U.S. dólar aplicada a la deuda de la adquisición denominada en U.S. dólares desde el día del cierre de la transacción al fin del segundo trimestre de 2003; y
- (iii) la ganancia por la posición monetaria consolidada, como resultado de los ajustes inflacionarios aplicados a los activos monetarios consolidados netos de nuestras operaciones.

El impuesto sobre la renta, impuesto al activo y participación de las utilidades a los trabajadores, como un porcentaje a la utilidad antes de impuestos fue de 24.7% en el segundo trimestre del 2003, reflejando deducciones para efectos fiscales de pagos y gastos relacionados con la adquisición de

Panamco, los cuales fueron capitalizados como parte del costo de adquisición para propósitos financieros.

El ingreso neto consolidado fue de Ps.360.8 millones en el segundo trimestre del 2003. La utilidad por acción fue de Ps.0.213 (U.S.\$0.204 por ADR), en base al promedio ponderado de acciones en circulación de 1,692.9. El número de acciones difiere del número total de acciones utilizado para los resultados de los seis meses.

BALANCE GENERAL

Al 30 de junio de 2003, Coca-Cola FEMSA registró un saldo de efectivo de Ps.3,699 millones (\$354.4 millones de U.S. dólares) y una deuda bancaria de corto y largo plazo total de Ps.29,612.0 millones (\$2,836.1 millones de U.S. dólares).

RESULTADOS DE LAS OPERACIONES POR TERRITORIO

RESULTADOS DE LA OPERACIÓN EN MEXICO

Ingresos

Los ingresos en los territorios mexicanos alcanzaron Ps.6,298.3 millones para el segundo trimestre del 2003 resultando en un precio promedio por caja unidad de Ps.27.16 (U.S.\$2.70). Excluyendo el volumen de ventas de Ciel agua natural en sus presentaciones de cinco, diecinueve y veinte litros, el precio promedio por caja unidad fue de Ps.30.3 (U.S.\$2.90).

Utilidad de Operación

La utilidad bruta fue de Ps.3,362.0, alcanzando un 53.4% de margen como porcentaje a ingresos totales para el segundo trimestre del 2003. Durante el trimestre, la Compañía cerró una planta y experimentó precios de azúcar más altos. Los costos de empaque fueron más altos que el año pasado impactados principalmente por la devaluación del peso mexicano contra el U.S. dólar de un año a otro.

Durante el trimestre la Compañía cerró quince centros de distribución en nuestros nuevos territorios, e implementó reducción de personal, debido al cierre de las oficinas corporativas de Panamco en Miami y en la Ciudad de México. La utilidad de la operación fue de Ps.1,611.0 millones, alcanzando un 25.6% de margen como porcentaje a ingresos totales.

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

Ingresos

Los ingresos totales alcanzados fueron de Ps.489.4 millones durante mayo y junio del 2003. El precio promedio por caja unidad fue de Ps.28.63 (U.S.\$2.74) durante este periodo.

Utilidad de Operación

La utilidad bruta fue de Ps.235.3 millones durante los meses de mayo y junio del 2003, alcanzando un 48.1% de margen como porcentaje a ingresos totales durante el mismo periodo. Los ahorros obtenidos en el área de abastecimientos compensaron el incremento en los costos de empaque denominados en dólares durante estos dos meses. La utilidad de operación fue de Ps.39.3 millones durante mayo y junio, alcanzando una utilidad de operación de 8.0% como porcentaje total de los ingresos.

RESULTADOS DE LA OPERACIÓN EN COLOMBIA

Ingresos

Durante mayo y junio de 2003, los ingresos totales alcanzados fueron de Ps.515.0 millones, generando un precio promedio por caja unidad de Ps.18.80 (U.S.\$1.80).

Utilidad de Operación

La utilidad bruta durante mayo y junio del 2003 fue de Ps.234.8, logrando un margen de 45.6% como porcentaje de ingresos total durante el mismo periodo. Durante este periodo la Compañía experimentó incrementos en los precios de empaque y el impacto de la devaluación del U.S. dólar contra el peso colombiano aplicada a los gastos denominados en U.S. dólar. La utilidad de operación fue de Ps.52.2 millones, alcanzando un margen de 10.1% del total de las ingresos durante mayo y junio del 2003.

RESULTADOS DE LA OPERACIÓN EN VENEZUELA

Ingresos

El total de ingresos fue de Ps.488.8 millones durante mayo y junio y el precio promedio por caja unidad en Venezuela fue de Ps.19.88 (US\$1.90). Una devaluación significativa del bolívar venezolano contra el U.S. dólar y cambios en la mezcla de empaques fueron parcialmente compensados por los fuertes incrementos en precio.

Utilidad de Operación

La utilidad bruta durante mayo y junio del 2003 fue de Ps.211.0, logrando un margen de 43.2% como porcentaje de ingresos total durante el mismo periodo. La mejor utilización de activos y mayores eficiencias operativas ayudaran a incrementar la rentabilidad de este territorio en los siguientes trimestres. La utilidad operativa fue de Ps.28.0 millones, alcanzando un margen de utilidad operativa de 5.7%, después de haber reportado pérdidas durante los últimos meses.

RESULTADOS DE LA OPERACIÓN EN BRASIL

Ingresos

Los ingresos totales fueron de Ps.570.1 millones durante mayo y junio del 2003, y el precio promedio por caja unidad fue de Ps.14.50 (U.S.\$1.39). A partir de mayo la tendencia de decremento del volumen fue revertida, así como la tendencia en la caída de los ingresos netos debido a una arquitectura de precios más balanceada y a una mejor ejecución en el mercado.

Utilidad de Operación

La utilidad bruta durante mayo y junio del 2003 fue de Ps.183.0 millones, alcanzando un 32.1% de margen como porcentaje a ingresos totales. Durante este periodo la Compañía experimentó mayores costos de edulcorantes y de empaque. Las operaciones brasileñas reportaron una ligera pérdida en mayo y junio del 2003, siendo ésta de Ps.(7.0) millones. Sin embargo, como resultado de la implementación de nuevas estrategias de comercialización y de desarrollo de puntos de venta, hemos retomado nuestro camino hacia la rentabilidad en nuestros territorios brasileños durante el mes de junio del 2003, logrando una utilidad de operación positiva por primera vez desde hace diez meses.

RESULTADOS DE LA OPERACIÓN EN ARGENTINA

La información financiera y de volumen de ventas en nuestras operaciones en Argentina es totalmente comparable con periodos anteriores.

Ingresos

Los ingresos totales alcanzaron Ps.417.3 millones un 20.9% de incremento comparado con el segundo trimestre de 2002 y el precio promedio por caja unidad creció 4.1%, comparado con el segundo trimestre del 2002, a Ps.14.85 (U.S.\$1.42).

Utilidad de Operación

La utilidad bruta como porcentaje total de los ingresos totales incrementó de 30.9% en el segundo trimestre del 2002 a 34.6% in 2003, esta mejora se logro principalmente por (i) volúmenes de ventas más altos, (ii) mejoras en la eficiencia operativa, y (iii) la apreciación del peso argentino frente al U.S. dólar aplicado al costo de la materia prima y gastos denominados en U.S. dólares.

En Argentina, los gastos de operación como porcentaje a ingresos totales decrecieron 340 puntos base, de 34.4% en el segundo trimestre de 2002 a 31.0% en el segundo trimestre del 2003, como resultado de la apreciación del peso argentino frente al U.S. dólar aplicado a nuestros gastos denominados en U.S. dólares. La utilidad de operación durante el segundo trimestre del 2003 en

nuestros territorios argentinos fue de Ps.\$15.0 millones, el margen de operación creció de un (4.8)% negativo durante el segundo trimestre del 2002 a un 3.6% durante el segundo trimestre del 2003.

DESEMPEÑO DEL VOLUMEN COMPARABLE DEL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2003

Estamos proporcionando información de volumen de ventas para tres meses del segundo trimestre de 2003 en todos nuestros territorios. Los datos de crecimiento de volumen son comparables con periodos previos.

Territorio	2Q2002 (MCU)	2Q2003 (MCU)	% Cambio
México	266.4	273.1	2.5%
Centroamérica	24.8	26.3	6.0%
Colombia	42.3	40.7	-3.8%
Venezuela	39.5	37.7	-4.6%
Brasil	71.5	56.8	-20.6%
Argentina	23.3	27.1	16.2%
Total	467.8	461.7	-1.3%

MÉXICO

La información del volumen de ventas para el 2002 y el 2003 es la combinación del volumen de ventas de nuestros nuevos territorios en México (Golfo de México y El Bajío) y nuestros territorios originales (Valle de México y Sureste de México).

El volumen de ventas de segundo trimestre alcanzó 273.1 MCU, un 2.5% de incremento sobre el mismo periodo de 2002. Excluyendo el volumen generado por la actividad promocional de los productos en polvo² del año pasado, el volumen de ventas creció 4.0%, este crecimiento se debió principalmente al 8.3% de crecimiento de volumen en el Valle de México.

El crecimiento de ventas del 4.0% durante el segundo trimestre del 2003 en los territorios mexicanos, excluyendo el volumen generado por la actividad promocional de los productos en polvo del año pasado, fue principalmente el resultado de (i) el sólido comportamiento de nuestras marcas de sabores incluyendo *Fanta Multi-Sabor* y *Lift Manzana-Verde* (ii) el volumen de ventas alcanzado por *Ciel* natural y *Ciel mineralizada*, representando más del 30% del incremento del volumen durante el trimestre y, (iii) el crecimiento del volumen de ventas de la marca *Coca-Cola*.

² Nosotros distribuimos de forma complementaria, *Kin light*, producto de la marca Coca-Cola, que es un polvo dietético de sabores. Durante el año anterior, promocionamos la bebida en polvo marca *Kin light* para entender mejor el potencial de esta categoría y evaluar patrones de consumo y estrategias de precio. Durante el segundo trimestre de 2002 vendimos 3.8 MCU de *Kin light*.

CENTROAMERICA (Guatemala, Nicaragua, Costa Rica y Panamá)

En el segundo trimestre del 2003, el total del volumen de ventas en nuestros territorios centroamericanos, creció 6.0% a 26.3 MCU, comparado con el mismo periodo del 2002, como resultado del crecimiento en el volumen de ventas de Nicaragua, Costa Rica y Panamá que más que compensaron la caída del volumen de ventas de Guatemala.

COLOMBIA

Durante el segundo trimestre del 2003, el total del volumen de ventas en nuestro territorio colombiano decreció 3.8% comparado con el mismo periodo del 2002, debido a la situación económica del país que ha deprimido el ingreso per cápita y forzado a los consumidores a ajustar sus hábitos de consumo.

VENEZUELA

En Venezuela, los volúmenes cayeron 4.6% durante el segundo trimestre del 2003, como consecuencia del fuerte crecimiento del precio implementados durante el primer trimestre del 2003 y un entorno económico débil.

BRASIL

Durante el segundo trimestre del 2003, el volumen de ventas en nuestros territorios brasileños cayó un 20.6% comparado con el mismo periodo del 2002, reflejando el impacto de los fuertes incrementos de precio implementados durante el primer trimestre del 2003 y la implementación de un programa de ejecución cuyo principal objetivo es recuperar el control de las ventas y la capacidad de distribución de nuestro negocio. Esperamos que estas iniciativas nos permitan tomar el control de la arquitectura de precios de nuestros productos y presentaciones y así poder incrementar la rentabilidad en nuestros territorios brasileños.

ARGENTINA

En el segundo trimestre del 2003, el total del volumen de ventas en nuestros territorios de Buenos Aires incrementó 16.2% comparado con el mismo periodo del 2002, continuamos capitalizando los resultados de nuestra estrategia de empaque retornables para nuestras marcas base implementada durante el 2002. Nuestras marcas base, en términos de volumen de ventas, crecieron casi un 30% y *Coca-Cola light* en combinación con la introducción de *Fanta light* llevaron a la categoría premium a generar cerca del 5.3% del volumen incremental durante el trimestre. Durante este periodo nuestras marcas de protección de valor decrecieron, representando el 11.7% de nuestras ventas totales comparado con el 19.9% que representaron durante el segundo trimestre del 2002.

RESUMEN DE RESULTADOS DE SEIS MESES

De los seis meses terminados el 30 de junio del 2002, el volumen de ventas consolidado alcanzó 888.6 MCU. La caída del volumen de ventas en Brasil, Colombia y Venezuela fue parcialmente compensada por el incremento del volumen de ventas en nuestros territorios en México, Centroamérica y Buenos Aires. Durante el primer semestre de 2003.

Durante los primeros seis meses del 2003, el total de ingresos alcanzó Ps.12,938.5 millones, dando como resultado un precio promedio por caja unidad de Ps.24.87 (U.S.\$2.38). La utilidad de operación como porcentaje a los ingresos totales fue de 50.5% en el primer semestre del 2003. La utilidad operativa consolidada fue de Ps.2,736.8 millones, 21.2% como porcentaje a los ingresos totales durante el primer semestre del 2003.

La utilidad neta consolidada fue de Ps.831.2 durante el primer semestre del 2003. La utilidad por acción fue de Ps.0.533 (US\$ 0.511 por ADR), calculada en función al promedio ponderado de 1,559.0 millones de acciones en circulación.

EVENTOS RECIENTES

- Como resultado de la adquisición de Panamco y de acuerdo con los principios contables mexicanos, reconocimos como activo intangible con vida indefinida, la diferencia entre el precio pagado y el valor en libros (valor de mercado) de los activos netos adquiridos. El valor de los activos intangibles identificados de Panamco fue de Ps.31,533 millones (equivalente a U.S.\$3,020.1 millones), donde la mayoría son contratos de embotellador con The Coca-Cola Company. Anualmente revisamos el valor del activo intangible y de los activos de larga duración para su recuperación. El valor de estos activos intangibles ya considera cargos de reestructuración que esperamos tener durante el siguiente año debido a la racionalización de nuestras operaciones. Revisaremos anualmente el valor de estos activos de larga vida para su recuperación. También los revisaremos para efectuar ajustes cuando las circunstancias o eventos cambien indicando que el monto del valor del activo no podrá ser recuperado. En caso de que sean ajustados, necesitamos reconocer la pérdida dando de baja parte de su valor. El análisis que realizamos requiere de la estimación de flujos de caja futuros atribuibles a esos activos, y estos estimados deben llevarse a cabo realizando una variedad de juicios, sin limitaciones acerca del futuro de nuestras operaciones, incluyendo volumen, precio, costos, inflación, tipos de cambio y tasas de interés. Aun y cuando no podemos asegurarlo, no anticipamos llevar a cabo ajustes en el valor de estos activos durante 2003.
- El 16 de julio de 2003 la Compañía emitió Ps.5,750 millones, equivalente aproximadamente a U.S.\$550.0 millones, a través de tres ofertas de “Certificados Bursátiles” (bonos denominados en pesos mexicanos) en el mercado de capitales de deuda en México, en el que es considerada como una de las ofertas de deuda más grandes y exitosa realizada en México. Fitch y S&P calificaron esta oferta de bonos con calificaciones de crédito en moneda local de AAA/AA+, respectivamente. La siguiente tabla muestra las características de cada una de las emisiones:

Principales Términos	2 años Nota basada en TIIIE	5 años Nota basada en CETES	6 años Tasa fija
Monto	Ps.2,750 MM	Ps.2,500 MM	Ps.500 MM
Vigencia/Amortización	2 años / un pago al vencimiento	5 años / un pago al vencimiento	6 años / un pago al vencimiento
Tasa de Interés	28 días TIIIE + [55 bps]	91 días CETE + [115] bps	9.90%

Lo que proceda de esta oferta será usado para prepagar aproximadamente el 65% del crédito puente que se utilizó para la adquisición de Panamco.

- Durante mayo y junio de de 2003, cerramos cuatro de las cincuenta y dos plantas que teníamos el 6 de mayo de 2003. De las plantas que cerramos una estaba en nuestros territorios mexicanos, una en Panamá y dos en Sudamérica. Esperamos obtener ahorros de costos permanentes y mejorar las eficiencias operativas como resultado de la consolidación de estas instalaciones.
- Como parte del plan de integración de nuestros territorios en México, durante mayo y junio de 2003 cerramos 15 de los 97 centros de distribución que Panamco tenía en nuestros nuevos territorios. Esperamos obtener ahorros de costos permanentes y mejorar las eficiencias operativas como resultado de la consolidación de estas instalaciones.

INFORMACIÓN PARA LA CONFERENCIA TELEFÓNICA

La Conferencia telefónica del segundo trimestre del 2003 tendrá lugar el lunes 28 de julio de 2003 a las 10:30 a.m. E.T (9:30 hora de México).

Para participar en la Conferencia telefónica, favor de marcar: U.S. locales: 888-339-2688. Internacional: 617-847-3007.

Si usted no puede participar en la Conferencia en tiempo real, una repetición instantánea de la misma estará disponible hasta el 28 de agosto de 2003. Para escuchar las repetición, por favor marcar: U.S. locales: 888-286-8010. Internacional: 617-801-6888. Contraseña: 80167389.

###

Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. produce *Coca-Cola*, *Sprite*, *Fanta*, *Lift* y otros productos de marcas de The Coca-Cola Company en 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 (Sao Paulo, Campiñas, Santos y Mato Grosso do Sul) y Argentina (el gran Buenos Aires), además de agua embotellada, cerveza y otras bebidas en algunos de estos territorios.

La compañía cuenta con 48 plantas embotelladoras en México y una en Buenos Aires y atiende a más de 1,400,000 detallistas en Latinoamérica. Coca-Cola FEMSA actualmente representa casi el 10% del volumen de ventas de Coca-Cola en el mundo, aproximadamente el 40% de todas las ventas de Coca-Cola en Latino América. 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 (principios mexicanos). Todas las cifras están expresadas en pesos mexicanos constantes con poder adquisitivo al 30 de junio de 2003. Para fines de comparación las cifras de la compañía para 2002 y 2003, 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 2003. Además, todas las comparaciones para el segundo trimestre de 2003 terminado el 30 de junio de 2003 contenidas en este reporte, han sido hechas contra cifras del periodo comparable del 2002, a menos que se indique lo contrario.

Este comunicado de prensa puede contener declaraciones a futuro referentes al desempeño futuro de Coca-Cola FEMSA y deben ser tomadas como estimados de buena fe de Coca-Cola FEMSA. Estas declaraciones a futuro reflejan el punto de vista de las expectativas de la gerencia y están basadas en información actualmente disponible. Los resultados reales están sujetos a eventos futuros e incertidumbres que podrían tener un impacto importante en el desempeño real de la compañía, muchas de las cuáles 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 americanos únicamente para comodidad del lector. Estas conversiones no deben ser interpretadas como declaraciones de que las cifras en pesos realmente representan tales cifras en dólares estadounidenses o que pueden ser convertidas según las tasas indicadas.

###

(siguen 8 páginas de tablas)

Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. y Subsidiarias
Balance Consolidado
Al 30 de junio de 2003 y 31 de diciembre de 2002
Millones de Pesos mexicanos (Ps.)
Expresado en Pesos de Poder Adquisitivo al 30 de junio de 2003

ACTIVO	2003		2002	
Activo Circulante				
Efectivo y Valores de Realiz. Inm.	Ps.	3,699	Ps.	6,259
Cuentas por cobrar:				
Clientes		889		565
Documentos		59		12
Impuestos por recuperar		867		245
Otros		797		208
		<u>2,612</u>		<u>1,030</u>
Inventarios		2,436		775
Pagos Anticipados		329		74
Total activo circulante		<u>9,076</u>		<u>8,138</u>
Propiedad, planta y equipo				
Terrenos		2,250		796
Edificios, maquinaria y equipo		22,041		9,088
Depreciación acumulada		(9,379)		(3,329)
Inversiones en proceso		1,019		371
Botellas y cajas		1,091		294
Total propiedad, planta y equipo		<u>17,022</u>		<u>7,220</u>
Inversión en acciones		1,481		127
Cargos diferidos, neto		1,189		860
Activos Intangibles		31,585		262
TOTAL ACTIVO	Ps.	<u>60,353</u>	Ps.	<u>16,607</u>

PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	2003		2002	
Pasivo Circulante				
Deuda y documentos a corto plazo	Ps.	3,534	Ps.	0
Intereses por pagar		177		82
Proveedores		3,184		1,634
Cuentas por pagar y otros		2,173		670
Impuestos por pagar		871		229
Pasivo Circulante		<u>9,939</u>		<u>2,615</u>
Prestamos bancarios a largo plazo		26,078		3,209
Plan de pensiones, prima de antigüedad y otros		520		188
Otros pasivos		3,744		1,202
Total pasivo		<u>40,281</u>		<u>7,214</u>
Capital Contable				
Interés minoritario		152		0
Interés mayoritario:				
Capital social		2,587		2,399
Prima en suscripción de acciones		11,151		1,688
Utilidades retenidas		9,205		6,662
Utilidad neta del período		825		2,542
Resultado acumulado por tenencia de activos no monetarios		(3,848)		(3,898)
Total interés mayoritario		<u>19,920</u>		<u>9,393</u>
Total capital contable		<u>20,072</u>		<u>9,393</u>
TOTAL PASIVO Y CAPITAL	Ps.	<u>60,353</u>	Ps.	<u>16,607</u>

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

ESTADO DE RESULTADOS

Por los tres meses terminados el 30 de junio de 2003 y 2002⁽¹⁾

Expresado en millones de Pesos mexicanos⁽²⁾ de Poder Adquisitivo al 30 de junio de 2003

	Consolidado			Operaciones en México		Operaciones en Centroamérica		Operaciones en Colombia	
	2003	2002	% VAR	2003	% Ingresos totales	2003	% Ingresos totales	2003	% Ingresos totales
Volumen (millones de c.u.)	365.7	157.0	132.9	230.7		16.8		27.4	
Precio promedio	23.85	30.29	(21.3)	27.16		28.63		18.80	
Ventas netas	8,719.6	4,755.3	83.4	6,265.3		480.7		515.0	
Otros ingresos de operación	59.3	25.0	137.2	33.0		8.8		(0.0)	
Ingresos totales	8,778.9	4,780.3	83.6	6,298.3	100.0	489.4	100.0	515.0	100.0
Costo de ventas	4,408.3	2,175.3	102.7	2,936.3	43.8	254.1	51.9	280.2	54.4
Utilidad bruta	4,370.6	2,605.0	67.8	3,362.0	56.5	235.3	48.1	234.8	45.6
Gastos de administración	542.9	358.5	51.4	360.7	7.5	30.8	6.3	47.5	9.2
Gastos de venta	2,091.2	1,006.3	107.8	1,392.2	20.6	165.3	33.8	135.1	26.2
Gastos de operación	2,634.1	1,364.8	93.0	1,752.9	28.1	196.1	40.1	182.6	35.5
Amort. del crédito mercantil	(5.7)	14.0	(140.7)	(2.0)	0.0	-	-	-	-
Utilidad de operación	1,742.2	1,226.2	42.1	1,611.0	28.2	39.3	8.0	52.2	10.1
Gastos financieros	371.8	86.0	332.4						
Productos financieros	57.3	56.5	1.4						
Gastos financieros, neto	314.6	29.4	970.0						
Pérdida (ganancia) cambiaria	918.2	(79.9)	(1,249.2)						
Pérd.(Gan). por posición monet.	(13.9)	(269.1)	(94.8)						
Costo integral de financ.	1,218.9	(319.6)	(481.4)						
Otros (prod.), gastos, neto	44.3	58.0	(23.5)						
Utilidad antes de impuestos	479.0	1,487.8	(67.8)						
Impuestos	118.2	658.7	(82.1)						
Utilidad neta consolidada	360.8	829.1	(56.5)						
Utilidad mayoritaria	360.8	829.1	(56.5)						
Cargos Virtuales ⁽³⁾	438.8	286.1	53.4	251.8	5.0	43.2	8.8	52.7	10.2

(1) Incluye tres meses de nuestros territorios originales y dos meses de nuestros nuevos territorios adquiridos de Panamco.

(2) Excepto volumen y precio promedio por caja unidad

(3) Depreciación, amortización y otras partidas virtuales (incluyendo el gasto por rotura de botellas retornables)

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

ESTADO DE RESULTADOS

Por los tres meses terminados el 30 de junio de 2003 y 2002⁽¹⁾

Expresado en millones de Pesos mexicanos⁽²⁾ de Poder Adquisitivo al 30 de junio de 2003

	Operaciones en Venezuela		Operaciones en Brasil		Operaciones en Argentina				
	2003	% Ingresos totales	2003	% Ingresos totales	2003	% Ingresos totales	2002	% Ingresos totales	% VAR
Volumen (millones de c.u.)	24.6		39.1		27.1		23.3		16.2
Precio promedio	19.88		14.50		14.85		14.28		4.1
Ventas netas	488.8		567.6		402.3		332.7		20.9
Otros ingresos de operación	(0.0)		2.5		15.0		12.5		20.0
Ingresos totales	488.8	100.0	570.1	100.0	417.3	100.0	345.2	100.0	20.9
Costo de ventas	277.9	56.8	387.0	67.9	272.8	65.4	238.4	69.1	14.4
Utilidad bruta	211.0	43.2	183.0	32.1	144.5	34.6	106.8	30.9	35.3
Gastos de administración	34.1	7.0	43.6	7.7	26.3	6.3	26.4	7.6	(0.4)
Gastos de venta	148.9	30.5	146.4	25.7	103.2	24.7	92.3	26.7	11.8
Gastos de operación	183.0	37.4	190.1	33.3	129.5	31.0	118.7	34.4	9.1
Amort. del crédito mercantil	-	-	-	-	-	-	4.6	1.3	(100.0)
Utilidad de operación	28.0	5.7	(7.0)	(1.2)	15.0	3.6	(16.5)	(4.8)	(190.5)
Cargos Virtuales ⁽³⁾	40.0	8.2	13.2	2.3	41.6	10.0	59.4	17.2	(30.0)

(1) Incluye tres meses de nuestros territorios originales y dos meses de nuestros nuevos territorios adquiridos de Panamco

(2) Excepto volumen y precio promedio por caja unidad

(3) Depreciación, amortización y otras partidas virtuales (incluyendo el gasto por rotura de botellas retornables)

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

ESTADO DE RESULTADOS

Por los seis meses terminados el 30 de junio de 2003 y 2002⁽¹⁾

Expresado en millones de pesos mexicanos⁽²⁾ de Poder Adquisitivo al 30 de junio de 2003

	Consolidado			Operaciones en México		Operaciones en Centroamérica		Operaciones en Colombia	
	2003	2002	% VAR	2003	% Ingresos totales	2003	% Ingresos totales	2003	% Ingresos totales
Volumen(millones de c.u.)	515.9	297.6	73.3	349.3		16.8		27.4	
Precio promedio	24.87	29.71	(16.3)	28.39		28.63		18.80	
Ventas netas	12,829.5	8,842.3	45.1	9,916.4		480.7		515.0	
Otros ingresos de operación	109.0	65.3	66.9	49.6		8.8		(0.0)	
Ingresos totales	12,938.5	8,907.6	45.3	9,966.0	100.0	489.4	100.0	515.0	100.0
Costo de ventas	6,410.9	4,104.4	56.2	4,618.3	44.3	254.1	51.9	280.2	54.4
Utilidad bruta	6,527.6	4,803.2	35.9	5,347.7	56.1	235.3	48.1	234.8	45.6
Gastos de administración	865.9	689.9	25.5	655.9	7.8	30.8	6.3	47.5	9.2
Gastos de venta	2,924.9	1,912.2	53.0	2,120.8	21.1	165.3	33.8	135.1	26.2
Gastos de operación	3,790.8	2,602.1	45.7	2,776.7	28.9	196.1	40.1	182.6	35.5
Amort. del crédito mercantil	-	29.3	(100.0)	-	0.0	-	-	-	-
Utilidad de operación	2,736.8	2,171.8	26.0	2,571.0	26.9	39.3	8.0	52.2	10.1
Gastos financieros	466.6	160.2	191.3						
Productos financieros	121.7	121.6	0.1						
Gastos financieros, neto	344.8	38.5	795.7						
Pérdida (ganancia) cambiaria	936.7	(215.5)	(534.7)						
Pérd.(Gan). por posición monet.	2.8	(455.2)	(100.6)						
Costo integral de financ.	1,284.3	(632.2)	(303.1)						
Otros (prod.), gastos, neto	99.5	64.3	54.7						
Utilidad antes de impuestos	1,353.0	2,739.7	(50.6)						
Impuestos	521.8	1,118.8	(53.4)						
Utilidad neta consolidada	831.2	1,620.9	(48.7)						
Utilidad mayoritaria	831.2	1,620.9	(48.7)						
Cargos Virtuales ⁽³⁾	650.5	538.8	20.7	417.0	5.1	43.2	8.8	52.7	10.2

(1) Incluye seis meses de nuestros territorios originales y dos meses de nuestros nuevos territorios adquiridos de Panamco.

(2) Excepto volumen y precio promedio por caja unidad

(3) Depreciación, amortización y otras partidas virtuales (incluyendo el gasto por rotura de botellas retornables)

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

ESTADO DE RESULTADOS

Por los seis meses terminados el 30 de junio de 2003 y 2002⁽¹⁾

Expresado en millones de pesos mexicanos⁽²⁾ de Poder Adquisitivo al 30 de junio de 2003

	Operaciones en Venezuela		Operaciones en Brasil		Operaciones en Argentina				
	2003	% Ingresos totales	2003	% Ingresos totales	2003	% Ingresos totales	2002	% Ingresos totales	% VAR
Volumen(millones de c.u.)	24.6		39.1		58.7		52.6		11.5
Precio promedio	19.88		14.50		14.67		14.65		0.0
Ventas netas	488.8		567.6		861.1		770.5		11.8
Otros ingresos de operación	(0.0)		2.5		48.1		32.9		46.2
Ingresos totales	488.8	100.0	570.1	100.0	909.2	100.0	803.4	100.0	13.2
Costo de ventas	277.9	56.8	387.0	67.9	593.5	65.3	527.5	65.7	12.5
Utilidad bruta	211.0	43.2	183.0	32.1	315.7	34.7	275.9	34.3	14.4
Gastos de administración	34.1	7.0	43.6	7.7	54.1	6.0	55.4	6.9	(2.3)
Gastos de venta	148.9	30.5	146.4	25.7	208.1	22.9	203.8	25.4	2.1
Gastos de operación	183.0	37.4	190.1	33.3	262.2	28.8	259.2	32.3	1.2
Amort. del crédito mercantil	-	-	-	-	-	-	9.1	1.1	(100.0)
Utilidad de operación	28.0	5.7	(7.0)	(1.2)	53.5	5.9	7.6	0.9	603.9
Cargos Virtuales ⁽³⁾	40.0	8.2	13.2	2.3	84.4	9.3	112.2	14.0	(24.8)

(1) Incluye seis meses de nuestros territorios originales y dos meses de nuestros nuevos territorios adquiridos de Panamco

(2) Excepto volumen y precio promedio por caja unidad

(3) Depreciación, amortización y otras partidas virtuales (incluyendo el gasto por rotura de botellas retornables)

INFORMACION RELEVANTE

Por los tres meses terminados en junio 2003

Expresado en millones de pesos mexicanos en poder adquisitivo al 30 de junio de 2003

	2Q 2002
Inv Activos fijos	289.4
Depreciación	160.1
Amortización & Otros	126.0

	2Q 2003
Inv Activos fijos	431.0
Depreciación	236.9
Amortización y Otros	201.9

VOLUMEN (MCU)

Expresado en millones de cajas unidad

	2Q 2002					
	Colas	Sabores	Agua	Cerveza	Otros	Total
Mexico (1)	157.9	43.7	59.6	0.0	5.2	266.4
Centroamerica	17.2	5.9	1.1	0.0	0.6	24.8
Colombia	25.5	9.1	7.6	0.0	0.1	42.3
Venezuela	18.9	13.9	4.4	0.0	2.3	39.5
Brazil	34.6	19.7	3.5	13.4	0.3	71.5
Argentina	15.5	7.5	0.3	0.0	0.0	23.3
Total	269.6	99.8	76.5	13.4	8.5	467.8

	2Q 2003					
	Colas	Sabores	Agua	Cerveza	Otros	Total
Mexico (1)	159.0	49.4	63.1	0.0	1.6	273.1
Centroamerica	18.4	6.4	0.6	0.0	0.9	26.3
Colombia	25.2	9.1	6.4	0.0	0.0	40.7
Venezuela	21.6	11.1	3.0	0.0	2.0	37.7
Brazil	30.3	13.6	2.2	10.4	0.3	56.8
Argentina	19.7	7.1	0.3	0.0	0.0	27.1
Total	274.2	96.7	75.6	10.4	4.8	461.7

(1) El volumen de agua in 2Q 2003 incluye 3.2 M CU de presentacion CIEL 5.0 Lt.

MEZCLA POR PRESENTACION

Como porcentaje de volumen total

	2Q 2002			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafón
Mexico (1)	27.6	52.8	1.4	18.3
Centroamerica	53.5	42.8	3.7	-
Colombia	56.3	32.5	2.9	8.3
Venezuela	38.3	52.0	3.0	6.7
Brazil	13.1	83.2	3.6	-
Argentina	7.2	86.8	6.0	-

	2Q 2003			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafón
Mexico (1)	27.5	54.0	1.2	17.3
Centroamerica	50.4	44.4	5.3	-
Colombia	54.3	35.6	2.9	7.1
Venezuela	36.0	57.4	2.6	4.0
Brazil	13.0	82.9	4.0	-
Argentina	24.4	71.2	4.4	-

INFORMACION RELEVANTE

Por los seis meses terminados en junio 2003

Expresado en pesos mexicanos en poder adquisitivo al 30 de junio de 2003

1° Semestre 2002	
Inv Activos fijos	521.5
Depreciación	305.3
Amortización y Otros	233.5

1° Semestre 2003	
Inv Activos fijos	779.8
Depreciación	356.3
Amortización y Otros	294.2

VOLUMEN (MCU)

Expresado en millones de cajas unidad

	1° Semestre 2002					
	Colas	Sabores	Agua	Cerveza	Otros	Total
Mexico (1)	293.6	80.9	104.5	0.0	6.4	485.4
Centroamerica	33.5	11.5	2.2	0.0	1.0	48.2
Colombia	52.2	19.3	16.4	0.0	0.4	88.3
Venezuela	38.5	28.3	8.9	0.0	4.7	80.4
Brazil	71.2	42.6	8.2	27.6	0.6	150.2
Argentina	34.1	18.0	0.5	0.0	0.2	52.8
Total	523.1	200.6	140.7	27.6	13.3	905.3

	1° Semestre 2003					
	Colas	Sabores	Agua	Cerveza	Otros	Total
Mexico (1)	292.4	92.7	113.3	0.0	3.0	501.4
Centroamerica	34.9	12.7	1.2	0.0	1.8	50.6
Colombia	52.2	18.7	13.8	0.0	0.0	84.7
Venezuela	38.1	19.1	5.3	0.0	3.4	65.9
Brazil	67.5	32.1	5.2	22.1	0.8	127.7
Argentina	41.7	16.0	0.6	0.0	0.0	58.3
Total	526.8	191.3	139.4	22.1	9.0	888.6

(1) El volumen de agua in 1 semestre 2003 incluye 3.2 M CU de presentacion CIEL 5.0 Lt.

MEZCLA POR PRESENTACION

Como porcentaje de volumen total

	1° Semestre 2002			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafón
Mexico (1)	28.4	52.5	1.4	17.8
Centroamerica	53.1	43.1	3.8	-
Colombia	56.1	32.6	2.8	8.4
Venezuela	40.5	49.9	3.1	6.5
Brazil	12.9	83.7	3.5	-
Argentina	4.7	90.2	5.1	-

	1° Semestre 2003			
	Ret	No-Ret	Fountain	Jugos
Mexico (1)	27.3	54.4	1.3	17.0
Centroamerica	50.4	44.1	5.5	-
Colombia	53.4	36.5	2.7	7.4
Venezuela	34.8	59.0	2.6	3.6
Brazil	11.8	84.6	3.6	-
Argentina	23.7	72.2	4.1	-

Junio 2003

Información macroeconómica

	INFLACION			TIPO DE CAMBIO ⁽¹⁾ (Por US Dolar)
	Jun-02 Jun-03	Dec-02 Dec-03	Mar-02 Jun-03	
México	4.27%	1.25%	-0.07%	10.4410
Colombia	7.22%	5.01%	1.59%	2,817.3200
Venezuela	37.67%	18.35%	8.20%	1,853.0000
Brasil	19.05%	7.25%	1.77%	2.8720
Argentina	9.76%	1.80%	-0.30%	2.8000

(1) Información al 30 de junio de 2003