

La Utilidad Neta de FEMSA creció 95.9%, alcanzando 1,346 millones de pesos durante el primer trimestre del 2004

Monterrey, México, abril 26 del 2004 — Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V. ("FEMSA") (BMV: FEMSA UBD, FEMSA UB; NYSE: FMX), la empresa de bebidas líder en América Latina, reportó hoy sus resultados operativos y financieros para el primer trimestre del 2004.

Datos Sobresalientes – Primer Trimestre 2004

Contactos:

Juan F. Fonseca
(52) 81-8328-6245
juan.fonseca@femsa.com.mx

Alan Alanís
(52) 81-8328-6211
alan.alanis@femsa.com.mx

Emily Klingbeil
(52) 81-8328-6189
emily.klingbeil@femsa.com.mx

- La Utilidad de Operación de FEMSA creció 43.7% alcanzando 2,561 millones de pesos.
- El volumen de ventas comparable de refrescos en México se incrementó 3.7%, principalmente por mayores ventas de Coca-Cola. El proceso de integración de Coca-Cola FEMSA sigue avanzando. La utilidad de operación se incrementó 51.4% a 1,573 millones de pesos.
- El volumen de ventas de FEMSA Cerveza aumentó notablemente: las ventas nacionales crecieron 5.8% a 5.122 millones de hectolitros y las exportaciones crecieron 32.8% a 480 miles de hectolitros, mientras que la utilidad de operación antes de servicios corporativos se incrementó 24.5% alcanzando 675 millones de pesos.
- Oxxo continúa su expansión y abrió 99 nuevas tiendas durante el trimestre, ampliando la cobertura nacional a 2,897 tiendas. La utilidad de operación se incrementó 50.3% a 169 millones de pesos.



José Antonio Fernández Carbajal, Presidente y Director General de FEMSA, afirmó: “Iniciamos el 2004 en el camino correcto. En nuestras operaciones de cerveza registramos un crecimiento significativo en el volumen de ventas y mejoramos los márgenes, al mismo tiempo que intensificamos nuestro esfuerzo para seguir creciendo rentablemente a través de una enfocada ejecución de mercado, eficiencias en la asignación de recursos y el ajuste de nuestras presentaciones de acuerdo a los gustos y preferencias de los consumidores. En refrescos, continuamos el programa de integración para los nuevos territorios dentro de la cultura FEMSA, aprovechando las mejores prácticas desarrolladas por Coca-Cola FEMSA a través del tiempo. De esta forma estamos mejor preparados para enfrentar el cambiante mercado competitivo de nuestros territorios de refrescos, principalmente en México. Nuestra cadena de tiendas de conveniencia Oxxo continúa en expansión, incrementando su importancia como un medio de distribución estratégico para nuestras bebidas”.

“Este trimestre se avanzó en la dirección correcta. Contamos con un talentoso equipo y las herramientas apropiadas para continuar consolidando nuestra posición como la compañía líder de bebidas en América Latina”, agregó el Ing. Fernández.

Nota

Debido a la adquisición de Panamerican Beverages, Inc. (“Panamco”) empezamos a consolidar estos resultados financieros en Coca-Cola FEMSA y FEMSA a partir de mayo del 2003. Por tal motivo, los resultados de Coca-Cola FEMSA y de FEMSA no serán totalmente comparables con periodos anteriores hasta el 3T04 y como año completo, en el 2005.

ANÁLISIS DE RESULTADOS FINANCIEROS NO AUDITADOS PARA EL PRIMER TRIMESTRE TERMINADO EL 31 DE MARZO DEL 2004 COMPARADO CON EL PRIMER TRIMESTRE TERMINADO EL 31 DE MARZO DEL 2003.

FEMSA

FEMSA y Subsidiarias						
(Millones de Pesos y % de cambio vs. 1T03)						
	Ingresos Totales		Utilidad de Operación¹		Margen de Operación	
	1T 04	Var	1T 04	Var	1T 04	Var
FEMSA	20,347	55.4%	2,561	43.7%	12.6%	(1.0%)
Coca-Cola FEMSA	10,439	139.6%	1,573	51.4%	15.1%	(8.7%)
FEMSA Cerveza	4,842	6.3%	675	24.5%	13.9%	2.0%
FEMSA Comercio	4,660	24.9%	169	50.3%	3.6%	0.6%
FEMSA Empaques	1,768	10.0%	236	8.2%	13.4%	(0.2%)

¹ Antes de deducciones de servicios corporativos para FEMSA Cerveza, FEMSA Comercio y FEMSA Empaques



Los **ingresos totales de FEMSA** aumentaron 55.4% a 20,347 millones de pesos durante el 1T04, comparados con 13,091 millones de pesos en el 1T03. Este incremento fue impulsado por mayores ventas en cada una de nuestras principales operaciones. En línea con el 4T03, la mayor parte del incremento proviene de Coca-Cola FEMSA y sus nuevos territorios. Otras razones del incremento en los ingresos totales durante el primer trimestre son: (i) FEMSA Comercio tuvo un sólido crecimiento de 24.9% en sus ventas, gracias a la apertura de 620 tiendas en los últimos doce meses; 99 de las cuales fueron inauguradas durante el 1T04 y (ii) FEMSA Cerveza incrementó su volumen de ventas nacionales en 5.8%, combinado con un aumento en el precio doméstico en promedio de 5.0% nominal implementado durante el mes de febrero.

El **margen bruto** disminuyó 90 puntos base registrando 46.4% de los ingresos totales en el 1T04, comparado con 47.3% durante el 1T03. Esto fue resultado principalmente de la integración de las nuevas operaciones de Coca-Cola FEMSA y, en menor medida, de una ligera contracción del margen bruto de FEMSA Empaques y la mayor relevancia de FEMSA Comercio en los resultados consolidados de FEMSA.

La **utilidad de operación** (incluyendo la participación en compañías asociadas) aumentó 43.7% a 2,561 millones de pesos durante el 1T04, reflejando un margen de operación de 12.6%. El margen de operación mostró una contracción de 100 puntos base comparado con el 1T03, resultado de la integración de los nuevos territorios adquiridos por Coca-Cola FEMSA, los cuales tenían un menor nivel de rentabilidad que los territorios originales. La disminución en el margen de operación durante el 1T04 también se atribuyó al incremento de la contribución de las tiendas de conveniencia Oxxo en los resultados consolidados. La contracción del margen de operación fue parcialmente compensada por 200 puntos base de expansión de margen de operación de FEMSA Cerveza.

El **gasto financiero neto** ascendió a 704 millones de pesos durante el 1T04, comparado a 150 millones de pesos durante el 1T03, principalmente como resultado del endeudamiento adicional para la adquisición de Panamco por parte de Coca-Cola FEMSA.

La **fluctuación cambiaria** registró una ganancia de 150 millones de pesos durante el 1T04, comparada con una pérdida de 163 millones de pesos en el 1T03. Esta ganancia fue resultado de una apreciación del peso contra el dólar de 0.54% sobre nuestro endeudamiento neto en dólares.

El **resultado por posición monetaria** presentó una ganancia de 499 millones de pesos durante el 1T04, comparado con una pérdida de 13 millones de pesos en el 1T03. La ganancia refleja el impacto inflacionario sobre un mayor nivel de endeudamiento de los últimos doce meses.

Los **impuestos** reconocidos durante el 1T04 sumaron 1,020 millones de pesos, los cuales incluyen el impuesto sobre la renta, impuesto sobre activos y la participación de los trabajadores en las utilidades ("impuestos"); en comparación con 652 millones de pesos registrados durante el 1T03. La tasa efectiva de impuestos para el trimestre fue de 43.1%.

La **utilidad neta** registró 1,346 millones de pesos durante el 1T04, que representa un crecimiento de 95.9% con respecto al 1T03.



La **utilidad neta mayoritaria** registró 814 millones de pesos durante el 1T04, comparada con 419 millones de pesos en el 1T03. La utilidad neta mayoritaria por Unidad² FEMSA fue de 0.768 pesos en el 1T04. La utilidad neta mayoritaria por cada ADR de FEMSA, considerando un tipo de cambio de 11.174 pesos por dólar, fue de 0.688 dólares durante el 1T04.

La **inversión en activo fijo** fue de 1,233 millones de pesos durante el 1T04, comparada con 1,648 millones de pesos en el 1T03. Aproximadamente una tercera parte de esta diferencia se explica por las inversiones que hicimos en FEMSA Empaques el año pasado, como la restauración de uno de los hornos de envase de vidrio y el resto es resultado del ritmo de nuestras inversiones en FEMSA Cerveza durante el año.

Deuda eta consolidada. Al 31 de marzo del 2004 FEMSA registró un saldo de efectivo de 6,600 millones de pesos (\$591 millones de dólares) y una deuda neta de 30,408 millones de pesos (\$2,721 millones de dólares). Nuestra deuda neta consolidada siguió reduciéndose en el primer trimestre; Coca-Cola FEMSA redujo su nivel de deuda, mientras que FEMSA Cerveza y FEMSA Comercio los incrementaron como parte del curso normal de sus operaciones en el primer trimestre del año.

Acontecimientos Recientes: Las tiendas "Six" fueron transferidas de FEMSA Cerveza a FEMSA Comercio.

Durante el mes de diciembre del 2003, todas las tiendas "Six" que pueden ser convertidas al formato Oxxo, fueron vendidas a FEMSA Comercio, es decir 319 tiendas. Esto permitirá que FEMSA Cerveza se enfoque en sus operaciones clave y al mismo tiempo proveerá a FEMSA Comercio de nuevos puntos de venta ya probados. Aproximadamente dos terceras partes de las tiendas "Six" serán convertidas en Oxxos dentro de los próximos 12 meses, el resto serán convertidas en el mediano plazo.

Para efectos de comparación, en base a reglas contables los resultados financieros de estas tiendas "Six" al primer trimestre del 2003 se reclasificaron de FEMSA Cerveza a FEMSA Comercio en el 1T03. El análisis aquí presentado está basado en las cifras para el 1T03 reclasificadas. Es importante mencionar, que este cambio no tiene impacto en las cifras de FEMSA Consolidado. Para mayor detalle, favor de ver los estados financieros anexos.

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, el cual forma parte de los anexos de este comunicado.

² 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 31 de marzo del 2004 fue 1,059,462,090, equivalente al número total de acciones en circulación al 31 de marzo del 2004, dividido entre 5.



FEMSA Cerveza

El **volumen de ventas nacional** aumentó en 5.8% a 5.122 millones de hectolitros en el 1T04, reflejando un incremento en demanda en todas las regiones del país. Este incremento es resultado de varios factores: (i) durante el mes de enero hubo una fuerte demanda en anticipación al incremento de precios, el cual se implementó en febrero y fue en promedio de 5.0% nominal, (ii) un importante crecimiento del volumen de ventas en marzo, aun después de haber aumentado precio, (iii) promociones exitosas de las marcas *Sol*, *Tecate Light* e *Indio* y (iv) una modesta recuperación en la economía mexicana durante el primer trimestre.

El **volumen de ventas de exportación** se incrementó 32.8% a 480 mil hectolitros durante el 1T04. La mayor parte de este incremento proviene de las ventas a los Estados Unidos, en donde estimamos que el incremento en ventas de los distribuidores hacia los detallistas, fue aproximadamente 15.0% y el resto del crecimiento fue resultado de un incremento en el inventario de los distribuidores. Este incremento de 15.0% en ventas a detallistas fue principalmente debido a: (i) estrategias exitosas de mercado particularmente para nuestras marcas *Tecate* y *Dos Equis* en Estados Unidos y (ii) una recuperación de la economía en Estados Unidos durante el primer trimestre. Los ingresos de exportación por hectolitro aumentaron 1.9% en términos de pesos, principalmente como resultado de un mejor precio promedio.

Los **ingresos totales** registraron un incremento de 6.3% a 4,842 millones de pesos durante el 1T04, comparados con 4,555 millones de pesos obtenidos durante el 1T03. Este incremento positivo es el resultado de un aumento de 7.7% en el volumen de ventas totales, así como un crecimiento de 1.9% en los ingresos de exportación por hectolitro, compensado parcialmente por una disminución de 1.1% del ingreso doméstico por hectolitro. El incremento de 5.0% nominal promedio en los precios domésticos, impactó parcialmente en las cifras de ventas del 1T04, dado que fue implementado durante el mes de febrero.

El **costo de ventas** aumentó 5.5%, crecimiento inferior al del volumen total gracias a eficiencias operativas, mejores términos de compra de materias primas, ajustes en la planta laboral y menores costos de fletes a nuestras bodegas. La **utilidad bruta** alcanzó 2,745 millones de pesos, el cual representa un incremento de 6.9% en comparación al 1T03. Este impacto favorable fue resultado de la mejora mencionada en volumen, precio y costos.

Los **gastos de administración** se incrementaron 6.4% a 625 millones de pesos durante el 1T04, en comparación a 587 millones de pesos en el 1T03. Este incremento fue debido principalmente a la amortización del módulo comercial del Sistema Integral de Negocio ("ERP"), la cual inició en el 3T03.

Los **gastos de venta** se incrementaron 1.2% a 1,433 millones de pesos durante 1T04, comparados con 1,416 millones de pesos en el 1T03. Este ligero aumento es inferior al crecimiento de los ingresos totales comparables, gracias a iniciativas exitosas de contención de costos en toda la organización. Los gastos de ventas disminuyeron 150 puntos base como porcentaje de ventas.



La **participación en compañías afiliadas** registró una pérdida de 12.9 millones de pesos durante el trimestre, comparado con una pérdida de 22.6 millones de pesos durante el 1T03. Lo anterior debido a eficiencias en Labatt USA.

La **utilidad de operación** (antes de servicios corporativos) se incrementó 24.5% a 675 millones de pesos durante 1T04 comparado a 542 millones de pesos en el 1T03. Este incremento es resultado de mayores volúmenes y mejorías tanto en el margen bruto como en los gastos de operación. El margen de operación (antes de servicios corporativos) se incrementó 200 puntos base a 13.9% de los ingresos totales comparado con 11.9% de los ingresos totales durante el 1T03. La expansión del margen es atribuible al alto volumen de ventas como resultado de costos fijos estables, eficiencias en la producción, mejores términos de compra y la efectiva implementación de las iniciativas para la contención de gastos.

FEMSA Comercio

Los **ingresos totales** registraron un incremento de 24.9% a 4,660 millones de pesos durante el 1T04 comparados con 3,731 millones de pesos en el 1T03. Este incremento estuvo en línea con el crecimiento de las nuevas tiendas Oxxo, las cuales aumentaron 620 tiendas netas o bien 27.2% comparadas con el 1T03. Durante el 1T04, FEMSA Comercio continuó su ritmo de crecimiento con la apertura neta de 99 nuevas tiendas Oxxo. Al 31 de marzo del 2004, contamos con 2,897 tiendas Oxxo en el territorio nacional.

Las **ventas mismas tiendas de Oxxo** aumentaron un promedio de 10.0% durante el 1T04, reflejando un incremento en el "ticket" promedio de 4.1% y un crecimiento en el tráfico por tienda de 5.6%. Este aumento es producto del rápido ritmo de expansión, así como una mejor administración de categorías que permite a Oxxo optimizar la mezcla de productos dentro de la tienda. Esta tendencia positiva de crecimiento en las ventas mismas tiendas fue observada a lo largo de todo el país.

El **costo de ventas** se incrementó en línea con el crecimiento de ventas, alcanzando 3,455 millones de pesos durante el 1T04. La **utilidad bruta** alcanzó 1,205 millones de pesos durante el 1T04, registrando un margen bruto de 25.9% de los ingresos totales. Esto representa un aumento de 10 puntos base con respecto a los niveles del 1T03.

Los **gastos de administración** se incrementaron 47.4% a 96 millones de pesos durante 1T04 como resultado de: (i) nuevas amortizaciones del Sistema Integral de Negocio ("ERP"), (ii) gastos relacionados con el "ERP", que ya no son capitalizables y (iii) la apertura de dos nuevas oficinas regionales.

Los **gastos de venta** se incrementaron 20.0% a 941 millones de pesos durante el 1T04, disminuyendo 20.2% de los ingresos totales, en comparación con 21.0% durante el mismo periodo del 2003. Gracias a la gran escala en nuestras operaciones, podemos aprovechar mejor las inversiones en tecnología, sistemas, distribución y personal para seguir fortaleciendo la estructura de negocio y el liderazgo de Oxxo.



La **utilidad de operación** aumentó 50.3% a 169 millones de pesos durante el 1T04, comparado a 112 millones de pesos en el 1T03. El incremento en la utilidad de operación fue resultado del incremento de los ingresos por la expansión de operaciones y reducciones en los gastos de ventas como porcentaje de ingresos totales. En el periodo se expandió el margen de operación en 60 puntos base, representando 3.6% del total de ventas del 1T04. Las mejoras en gastos de venta excedieron el incremento en los gastos administrativos, por lo tanto permitieron un incremento en el margen de operación.

FEMSA Empaques

Los **ingresos totales** se incrementaron en 10.0% a 1,768 millones de pesos durante el 1T04. Este aumento se atribuye a: (i) un incremento en el volumen de ventas de refrigeradores para los nuevos territorios de Coca-Cola FEMSA y (ii) un incremento de 11.5% en el volumen de ventas en botellas, principalmente para Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza.

El **costo de ventas** se incrementó 12.1% alcanzando 1,387 millones de pesos durante el 1T04, comparado a 1,237 millones en el 1T03. Este aumento es principalmente resultado del incremento en el volumen de ventas de sus principales productos. La **utilidad bruta** aumentó 3.2% a 381 millones de pesos durante el 1T04, comparado con 369 millones de pesos en el 1T03. Como porcentaje de ingresos totales, el margen de utilidad bruta disminuyó 140 puntos base en el 1T04, dada a una ligera disminución en el precio promedio en términos reales para sus principales productos. La disminución en el precio real fue reflejo de: (i) condiciones de mercado más competitivas y (ii) un bajo nivel de devaluación del peso reflejado en nuestros ingresos denominados en dólares.

Los **gastos de operación** disminuyeron 4.0% a 145 millones de pesos durante el 1T04, comparado a 151 millones de pesos en el 1T03. Esto fue resultado de una reducción de 0.7% en los gastos de administración y una disminución de 5.5% en los gastos de venta, logradas al disminuir los gastos de fletes relacionados con el negocio de exportación de latas y mejor eficiencia en la distribución de nuestros productos en México.

La **utilidad de operación** se incrementó 8.2% a 236 millones de pesos durante el 1T04, resultando un margen de operación (antes de servicios corporativos) de 13.4% de los ingresos totales, en línea con el 1T03.



INFORMACIÓN PARA LA CONFERENCIA TELEFÓNICA:

La conferencia telefónica del primer trimestre del 2004 se llevará a cabo el lunes 26 de abril del 2004 a las 3:00 PM tiempo de México (4:00 PM E.T.). Para participar en la conferencia, por favor marque:

(973) 317-5319. Adicionalmente, se transmitirá audioconferencia en vivo por Internet. Para tener acceso a esta transmisión visite <http://ri.femsa.com>.

En caso de no poder participar en las opciones anteriores, la grabación de la conferencia estará disponible del 26 de abril hasta el 3 de mayo del 2004. Para escuchar la grabación marque: (973) 709-2089, Clave: 351720.

Se presentó cierta información financiera no auditada de Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V. y subsidiarias ("FEMSA") para el primer trimestre terminado el 31 de marzo del 2004, comparada con el primer trimestre terminado el 31 de marzo del 2003. Somos una empresa tenedora, cuyas principales actividades están agrupadas bajo las siguientes compañías subtenedoras y realizadas por sus respectivas subsidiarias operativas: Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. ("Coca-Cola FEMSA"), la cual se dedica a la producción, distribución y venta de refrescos; FEMSA Cerveza, S.A. de C.V. ("FEMSA Cerveza"), la cual se dedica a la producción, distribución, y venta de cerveza; FEMSA Comercio, S.A. de C.V. ("FEMSA Comercio"), la cual opera tiendas de conveniencia y FEMSA Empaques, S.A. de C.V. ("FEMSA Empaques"), la cual se dedica a la producción y distribución de materiales de empaque.

Todas las cifras en este reporte están expresadas en pesos mexicanos constantes ("Pesos" o "Ps") con poder adquisitivo al 31 de marzo del 2004 y fueron preparadas de acuerdo con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México ("PCGA México"); por lo tanto, todos los cambios porcentuales están expresados en términos reales.

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.

NOTAS:

Los invitamos a registrarse en nuestro sitio de Relación con Inversionistas en <http://ri.femsa.com>, para que a través de su correo electrónico reciba una notificación automática 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 otro medio en específico.

Como anexos presentamos seis páginas de tablas y Comunicado de Prensa de Coca-Cola FEMSA.

(Millones de Pesos constantes del 31 de Marzo del 2004)

	2004	% Integ.	2003	% Integ.	%Crec.
Ventas netas	20,270	99.6	13,024	99.5	55.6
Otros ingresos de operación	77	0.4	67	0.5	14.9
Total ingresos	20,347	100.0	13,091	100.0	55.4
Costo de ventas	10,913	53.6	6,899	52.7	58.2
Utilidad bruta	9,434	46.4	6,192	47.3	52.4
Gastos de administración	1,513	7.4	1,193	9.1	26.8
Gastos de venta	5,347	26.3	3,194	24.4	67.4
Gastos de operación	6,860	33.7	4,387	33.5	56.4
Part. en asociadas	(13)	(0.1)	(23)	(0.2)	(43.5)
Utilidad de operación	2,561	12.6	1,782	13.6	43.7
Gasto financiero	(792)		(344)		130.2
Producto financiero	88		194		(54.6)
Gasto financiero, neto	(704)		(150)		N.S.
Fluctuación cambiaria	150		(163)		N.S.
Ganancia por posición monetaria	499		(13)		N.S.
Costo integral de financiamiento	(55)		(326)		83.1
Otros (gastos) productos	(140)		(117)		19.7
Utilidad antes de impuestos	2,366		1,339		76.7
Impuestos	(1,020)		(652)		56.4
Utilidad neta consolidada	1,346		687		95.9
Utilidad mayoritaria	814		419		94.3
Utilidad minoritaria	532		268		98.5

EBITDA y CAPEX

Utilidad de Operación	2,561	12.6	1,782	13.6	43.7
Depreciación	716	3.5	578	4.4	23.7
Amortización y otros	754	3.7	490	3.7	53.8
EBITDA	4,030	19.8	2,851	21.8	41.4
CAPEX	1,233		1,648		(25.2)

RAZONES FINANCIERAS (Veces)

	2004	2003	Var. p.p.
Liquidez	1.15	1.90	(0.75)
Cobertura de intereses ⁽¹⁾	5.73	19.00	(13.28)
Apalancamiento	1.22	0.85	0.37
Capitalización	45.16%	32.69%	12.47

⁽¹⁾ Ut operación + depreciación + otros cargos virtuales / gastos financieros, neto.

Al 31 de Marzo de:

(Millones de Pesos constantes del 31 de Marzo del 2004)

<i>ACTIVOS</i>	2004	2003	% Crec.
Efectivo y valores de realiz. inmediata	6,600	14,536	(54.6)
Cuentas por cobrar	4,302	3,078	39.8
Inventarios	6,816	5,453	25.0
Pagos anticipados	1,836	1,341	36.9
Total activo circulante	19,554	24,408	(19.9)
Propiedad, planta y equipo, neto	42,524	31,796	33.7
Crédito mercantil ⁽¹⁾	34,778	762	N.S.
Cargos diferidos	6,179	5,309	16.4
Otros activos	1,872	1,380	35.7
TOTAL ACTIVOS	104,907	63,655	64.8

PASIVOS Y CAPITAL CONTABLE

Prestamos bancarios C.P.	2,269	3,859	(41.2)
Vencimientos del pasivo L.P. a C.P.	2,461	539	356.6
Intereses por pagar	403	210	91.9
Dividendos por pagar	908	1,087	(16.5)
Pasivo de operación	10,906	7,120	53.2
Total pasivo circulante	16,947	12,815	32.2
Prestamos bancarios	32,278	10,453	208.8
Impuestos diferidos	3,761	4,210	(10.7)
Obligaciones laborales y otros	4,716	1,743	170.6
Total pasivos	57,702	29,221	97.5
Total capital contable	47,205	34,434	37.1
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	104,907	63,655	64.8

	Marzo 2004	Diciembre 2003
<i>DEUDA NETA</i>		
FEMSA Holding	(741)	(492)
Coca-Cola FEMSA	25,032	26,561
FEMSA Cerveza	3,022	2,280
FEMSA Comercio	1,343	1,041
FEMSA Empaques	1,752	1,737
Consolidado Total	30,408	31,126
Corto Plazo	2,269	2,465
Largo Plazo	34,739	36,524
Deuda Total	37,008	38,989
Efectivo	6,600	7,863
Deuda Neta	30,408	31,126

⁽¹⁾ Incluye activos intangibles generados por la adquisición de Panamco.

Millones de pesos
al 31 de Marzo del 2004

	2004	% Integ.	2003	% Integ.	% Crec.
Ventas Netas	10,367.4	99.3	4,303.5	98.8	140.9
Ingresos de Operación	71.7	0.7	53.1	1.2	35.0
Ingresos Totales	10,439.1	100.0	4,356.6	100.0	139.6
Costo Ventas	5,388.6	51.6	2,100.6	48.2	156.5
Utilidad bruta	5,050.5	48.4	2,256.0	51.8	123.9
Gastos Administración	601.7	5.8	343.8	7.9	75.0
Gastos Venta	2,876.1	27.6	873.4	20.0	229.3
Gastos Operación	3,477.8	33.3	1,217.2	27.9	185.7
Utilidad de operación	1,572.7	15.1	1,038.8	23.8	51.4
Depreciación	307.4	2.9	125.6	2.9	144.7
Cargos Virtuales	262.2	2.5	96.8	2.2	170.9
EBITDA	2,142.3	20.5	1,261.2	28.9	69.9
Inversión en activo fijo	409.0		364.1		12.3

Volumen de Ventas ⁽¹⁾

(Millones de cajas unidad)

	2004	% Integ.	2003	% Integ.	% Crec.
México	228.3	51.8	228.1	53.3	0.1
Centroamérica	26.5	6.0	24.6	5.8	7.5
Colombia	41.6	9.4	44.2	10.3	(5.9)
Venezuela	40.9	9.3	28.3	6.6	44.5
Brasil	66.4	15.1	70.9	16.6	(6.3)
Argentina	37.1	8.4	31.6	7.4	17.5
Total KOF	440.8	100.0	427.7	100.0	3.0

⁽¹⁾ Para efectos comparativos se incluyeron los volúmenes de venta del 2003 de los territorios de Panamco.

Millones de pesos al 31 de Marzo del 2004	2003		Tiendas "SIX"	2003		% Crec.
	2004	% Integ.		Reportado	Comparable	
Ventas Netas	4,809.9	99.3	4,697.9	179.3	4,518.6	6.4
Ingresos de Operación	31.7	0.7	36.3		36.3	(12.7)
Ingresos Totales	4,841.6	100.0	4,734.2	179.3	4,554.9	6.3
Costo Ventas	2,096.2	43.3	2,129.3	141.6	1,987.7	5.5
Utilidad bruta	2,745.4	56.7	2,604.9	37.7	2,567.2	6.9
Gastos Administración	624.6	12.9	589.4	2.3	587.1	6.4
Gastos Venta	1,433.2	29.6	1,450.7	35.1	1,415.6	1.2
Gastos Operación	2,057.8	42.5	2,040.1	37.4	2,002.7	2.8
Participación en Asociadas	(12.9)		(22.6)		(22.6)	(42.9)
Utilidad de operación antes de servicios corporativos	674.7	13.9	542.2	0.3	541.9	24.5
Servicios Corporativos	103.9	2.1	107.5		107.5	(3.3)
Utilidad de operación	570.8	11.8	434.7	0.3	434.4	31.4
Depreciación	282.6	5.8	299.6		299.6	(5.7)
Cargos Virtuales	429.8	8.9	387.7		387.7	10.9
EBITDA	1,283.2	26.5	1,122.0	0.3	1,121.7	14.4
Inversión en activo fijo	573.2		871.2		871.2	(34.2)

Integración de ventas

Nacional	Millones Ps.	4,443.5	92.4	4,427.1	4,247.8	94.0	4.6
Exportación:	Millones Ps.	366.4	7.6	270.8	270.8	6.0	35.3
	US Millones	32.8		23.7	23.7		38.4

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

Nacional	5,122.0	91.4	4,840.6	4,840.6	93.1	5.8
Exportación	480.2	8.6	361.5	361.5	6.9	32.8
Total	5,602.2	100.0	5,202.1	5,202.1	100.0	7.7

Ingreso por hectolitro

Nacional	867.5	914.6	877.5	(1.1)
Exportación	763.0	749.1	749.1	1.9
Total	858.6	903.1	868.6	(1.2)

**Mezcla por presentación
(%)**

Retornable	67.3	69.5
No Retornable	9.1	8.0
Lata	23.6	22.5
Total	100.0	100.0

Millones de pesos al 31 de Marzo del 2004	2004		2003		2003		% Crec.
	2004	% Integ.	Reportado	Tiendas "SIX"	Comparable	% Integ.	
Ventas Netas	4,660.3	100.0	3,551.2	179.3	3,730.5	100.0	24.9
Ingresos de Operación							
Ingresos Totales	4,660.3	100.0	3,551.2	179.3	3,730.5	100.0	24.9
Costo Ventas	3,455.2	74.1	2,627.9	141.6	2,769.5	74.2	24.8
Utilidad bruta	1,205.1	25.9	923.3	37.7	961.0	25.8	25.4
Gastos Administración	95.7	2.1	62.6	2.3	64.9	1.7	47.4
Gastos Venta	940.5	20.2	748.6	35.1	783.7	21.0	20.0
Gastos Operación	1,036.2	22.2	811.2	37.4	848.6	22.7	22.1
Utilidad de operación antes de servicios corporativos	168.9	3.6	112.1	0.3	112.4	3.0	50.3
Servicios Corporativos	28.1	0.6	16.3		16.3	0.4	71.9
Utilidad de operación	140.8	3.0	95.8	0.3	96.1	2.6	46.6
Depreciación	41.6	0.9	30.8		30.8	0.8	35.0
Cargos Virtuales	39.8	0.9	33.1		33.1	0.9	20.2
EBITDA	222.2	4.8	159.7	0.3	160.0	4.3	38.9
Inversión en activo fijo	231.7		210.3		210.3		10.2

Información de Tiendas Oxxo	2004	2003	% Crec.
Tiendas totales	2,897	2,277	27.2
Tiendas nuevas	99	61	62.3
Mismas tiendas: ⁽¹⁾			
Ventas (miles de pesos)	529.9	481.7	10.0
Tráfico	21.0	19.9	5.6
Ticket	25.2	24.2	4.1

⁽¹⁾ Información promedio mensual por tienda, considerando las mismas tiendas con 13 meses en operación.

Millones de pesos

al 31 de Marzo del 2004

	2004	% Integ.	2003	% Integ.	% Crec.
Ventas Netas	1,761.0	99.6	1,600.6	99.6	10.0
Ingresos de Operación	6.7	0.4	6.0	0.4	12.9
Ingresos Totales	1,767.7	100.0	1,606.6	100.0	10.0
Costo Ventas	1,386.5	78.4	1,237.3	77.0	12.1
Utilidad bruta	381.2	21.6	369.3	23.0	3.2
Gastos Administración	45.6	2.6	45.9	2.9	(0.7)
Gastos Venta	99.2	5.6	105.0	6.5	(5.5)
Gastos Operación	144.9	8.2	150.9	9.4	(4.0)
Utilidad de operación antes de servicios corporativos	236.4	13.4	218.4	13.6	8.2
Servicios Corporativos	27.0	1.5	26.2	1.6	3.1
Utilidad de operación	209.4	11.8	192.3	12.0	8.9
Depreciación	74.4	4.2	63.5	4.0	17.2
Cargos Virtuales	18.4	1.0	17.6	1.1	4.6
EBITDA	302.2	17.1	273.4	17.0	10.6
Inversión en activo fijo	26.6		208.1		(87.2)

Volumen de ventas total

(Millones de piezas)

	2004	2003	% Crec.
Latas	742.3	737.3	0.7
Hermetapas	3,576.4	3,115.5	14.8
Botellas	233.9	209.8	11.5
Volumen Exportación: Latas	86.8	148.9	(41.7)
Hermetapas	2,394.1	1,727.5	38.6
Ventas Exportación: Millones Ps.	190.6	210.8	(9.6)
US Millones	17.1	18.4	(7.1)

% de ventas por cliente:

	2004	2003	Var. p.p.
Ventas intercompañías	52.7	57.8	(5.1)
FEMSA Cerveza	38.6	37.6	1.0
Coca-Cola FEMSA	14.1	20.2	(6.1)
Ventas a terceros	47.3	42.2	5.1
Nacional	36.4	29.7	6.7
Exportación	10.9	12.5	(1.6)
Total	100.0	100.0	-

F E M S A Otra Información Financiera

Por los tres meses terminados el 31 de Marzo del 2004:

INFORMACIÓN MACROECONÓMICA

	Inflación 2004		Tipo de Cambio	
	Mar03-Mar04	I trim.	Por USD	Por Peso
México	4.23%	1.570%	11.1740	1.0000
Colombia	5.98%	2.870%	2,678.1600	0.0042
Venezuela	23.56%	6.350%	1,920.0000	0.0058
Brazil	6.50%	1.720%	2.9090	3.8412
Argentina	2.72%	0.800%	2.8600	3.9070

COMUNICADO DE PRENSA

PARA PUBLICACIÓN INMEDIATA

PARA MAYOR INFORMACIÓN:

Alfredo Fernández / Julieta Naranjo

Relaciones con Inversionistas

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

(52-55) 5081-5120 / 5121 / 5148

afernandeze@kof.com.mx / jnaranjo@kof.com.mx

WEBSITE: www.cocacola-femsa.com.mx



COCA-COLA FEMSA anuncia resultados del primer trimestre de 2004

PRIMER TRIMESTRE 2004

- Los ingresos totales consolidados fueron de Ps.10,439.0 millones y la utilidad de operación consolidada fue de Ps.1,572.7 millones durante el primer trimestre de 2004, alcanzando un margen de operación consolidado de 15.1%.

Ciudad de México (26 de abril de 2004) - Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. (BMV: KOFL, NYSE: KOF) (“Coca-Cola FEMSA” o la “Compañía”), el embotellador más grande de productos *Coca-Cola* de Latinoamérica y el segundo más grande del mundo, anunció hoy sus resultados consolidados para el primer trimestre de 2004.

“La implementación de nuestros valores y nuestra cultura organizacional a lo largo de nuestros nuevos territorios nos está ayudando a enfrentar nuevas dinámicas competitivas en nuestros diferentes mercados. Esperamos alcanzar mejores resultados con la implementación de iniciativas entre las cuales están la estandarización de prácticas operativas, desarrollo de nuevas alternativas de empaque y producto junto con estrategias de segmentación de mercado” comentó Carlos Salazar Lomelín, Director General de la Compañía.

RESULTADOS CONSOLIDADOS

Durante el primer trimestre de 2004, nuestros ingresos consolidados fueron de Ps.10,439.0 millones. El precio promedio por caja unidad fue de Ps.23.52 (U.S.\$2.10). La utilidad de operación fue de Ps.1,572.7 millones durante el primer trimestre de 2004, alcanzando un margen de operación de 15.1%.

El costo integral de financiamiento fue de Ps.26.9 millones durante el primer trimestre de 2004, reflejando mayores gastos de intereses acumulados relacionados con la deuda adicional incurrida y asumida en conexión con la adquisición de Panamco, los cuales fueron parcialmente compensados por la ganancia en la posición monetaria consolidada, como resultado de los ajustes inflacionarios aplicados a la posición monetaria neta.

El impuesto sobre la renta, impuesto al activo y participación de utilidad a los trabajadores, como porcentaje a la utilidad antes de impuestos fue de 41.3% en el primer trimestre de 2004.

La utilidad neta mayoritaria consolidada fue de Ps.868.4 millones en el primer trimestre de 2004, resultando en una utilidad por acción de Ps.0.470 (U.S.\$0.421 por ADR) con base en 1,846 millones de acciones en circulación (cada ADR representa diez acciones ordinarias).

BALANCE GENERAL

Al 31 de marzo de 2004, el saldo de caja de Coca-Cola FEMSA ascendió a Ps.2,533 millones (U.S.\$226.8 millones), la deuda total de corto plazo fue de Ps.2,007 millones (U.S.\$179.7 millones) y la deuda total de largo plazo de Ps.25,588 millones (U.S.\$2,290.8 millones).

Durante el primer trimestre de 2004, la Compañía prepagó U.S.\$235 millones de deuda con vencimiento en 2006 y Ps.905 millones (equivalentes a aproximadamente U.S.\$81.0 millones) de deuda con vencimiento en 2004. Esto se logró mediante la contratación de un nuevo crédito bancario por U.S.\$50 millones a seis años con un solo pago final y un crédito bancario por Ps.1,650 millones (equivalente aproximadamente a U.S.\$148 millones) a siete años con un solo pago final y el resto se pagó con caja. Estos refinanciamientos mejoraron el perfil de vencimiento de nuestra deuda y reducen nuestra exposición cambiaria.

Las siguientes tablas muestran la composición de la deuda por moneda y tasa de interés, y los periodos de amortización de nuestra deuda, al 31 de marzo de 2004:

Moneda	% Deuda Total	% Tasa de Interés Variable	Tasa Promedio⁽¹⁾
U.S. dólares	39%	11%	6.36%
Pesos mexicanos	58%	58%	8.00%
Pesos colombianos	2%	100%	10.43%
Reales brasileños	1%	100%	22.35%

(1) Tasa de interés promedio anualizada para el primer trimestre de 2004.

Periodos de amortización de deuda Cantidades en Millones (moneda local)⁽¹⁾

	U.S. dólares	Pesos mexicanos	Pesos colombianos	Reales brasileños
2004	\$ 153.7			R. 70.5
2005	35.6	Pes. 3,206.9	Col. 65,750	
2006	321.8	2,209.0	45,000	
2007	70.2	2,913.8	34,250	
2008	34.9	4,206.9		
2009 en adelante	340.0	3,150.0		

(1) Amortización de deuda valuada al valor nominal al 31 de marzo de 2004.

RESULTADOS DE LAS OPERACIONES POR TERRITORIO

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 (“PCGA mexicanos”). Corporación Interamericana de Bebidas S.A. de C.V., anteriormente conocida como Panamerican Beverages, Inc. (“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 PCGA mexicanos y en pesos mexicanos. La información de los nuevos territorios bajo PCGA mexicanos y en pesos mexicanos difiere y puede no ser comparable respecto a los resultados presentados por Panamco para periodos anteriores. Adicionalmente, los resultados de Panamco no han sido incluidos en nuestros estados financieros para periodos previos a mayo de 2003.

La información financiera, para el primer trimestre de 2004 incluye la información financiera de los tres meses de todos nuestros territorios. La información financiera trimestral de Coca-Cola FEMSA no va a ser comparable hasta el tercer trimestre de 2004 y la información anual, hasta el año de 2005.

Para efectos comparativos de volumen de ventas se muestra la información reportada por Panamco durante el primer trimestre de 2003.

	Volumen (MCU)	Utilidad Operativa (millones)	% Total	% Margen Operativo
México	228.3	Ps. 1,181.6	75.1%	19.4%
Centro				
América	26.5	104.9	6.7%	12.6%
Colombia	41.6	36.2	2.3%	4.3%
Venezuela	40.9	65.5	4.2%	6.7%
Brasil	66.4	79.1	5.0%	7.4%
Argentina	37.1	105.6	6.7%	16.9%
Total	440.8	Ps. 1,572.7	100.0%	15.1%

RESULTADOS DE LA OPERACIÓN EN MÉXICO

Ingresos

Los ingresos totales en los territorios mexicanos fueron de Ps.6,097.6 millones para el primer trimestre de 2004, resultando en un precio promedio por caja unidad de Ps.26.51 (U.S.\$2.38). Excluyendo los volúmenes de agua *Ciel* en presentaciones de 5 Lts, 19 Lts y 20 Lts, el precio promedio por caja unidad fue de Ps.30.35 (U.S.\$2.71).

Durante el trimestre el volumen de refrescos incrementó 3.7% sobre el mismo periodo de 2003. El crecimiento del volumen de refrescos se debió principalmente al 4.3% de crecimiento de la categoría de colas. El volumen de ventas total fue de 228.3 Millones de Cajas Unidad (“MCU”) en el primer trimestre de 2004, permaneciendo prácticamente en línea con el mismo periodo de 2003, debido a menor volumen de venta de agua embotellada, el cual fue compensado por el crecimiento en refrescos.

Durante el primer trimestre de 2004, introdujimos *Mundet multi-sabores* en presentaciones de 2.0 Lt PET y 600 ml PET con base a una segmentación de canales. A su vez lanzamos una mini-lata de 8 oz para la marca *Coca-Cola* con el objetivo de recuperar consumo en presentaciones individuales.

Utilidad de Operación

La utilidad bruta fue de Ps.3,232.2 millones, alcanzando un 53.4% de margen como porcentaje a ingresos totales para el primer trimestre de 2004. Durante el trimestre la compañía experimentó precios de edulcorantes más altos, que fueron parcialmente compensados con la reducción en el precio del PET comparado con el cuarto trimestre de 2003.

La utilidad de operación fue de Ps.1,181.6 millones, alcanzando un 19.4% de margen como porcentaje de ingresos totales. Los gastos de venta medidos por caja unidad fueron impactados por (i) la estandarización de prácticas de mantenimiento de enfriadores y de la flota de distribución en nuestros nuevos territorios y (ii) la introducción de equipo de refrigeración.

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

Ingresos

Los ingresos totales fueron de Ps.830.7 millones durante el primer trimestre de 2004. El precio promedio por caja unidad fue de Ps.31.23 (U.S.\$2.80) durante este periodo, debido a incrementos de precios implementados en Costa Rica y Guatemala y una mezcla de empaques más favorable. En el primer trimestre de 2004, el volumen total de ventas en nuestros territorios de Centroamérica fue de 26.5 MCU, registrando un incremento de 7.7% comparado con el mismo periodo de 2003, como resultado del 8.3% de incremento de las marcas *Coca-Cola*, representando más del 70% de los volúmenes incrementales.

En el primer trimestre de 2004 con el propósito de fortalecer nuestro portafolio de empaques/productos y de desarrollar nuevos puntos de precio en el mercado, introdujimos (i) la presentación de 2.0 Lt PET para sabores en Nicaragua, (ii) las presentaciones en vidrio retornable en 8 oz, 500 ml y 1.0 Lt para la marca *Coca-Cola* en Costa Rica y (iii) incrementamos el tamaño de la presentación de 500 ml PET sabores a 600 ml PET en Panamá.

Utilidad de Operación

La utilidad bruta fue de Ps.397.9 millones durante el primer trimestre de 2004, alcanzando un 48.1% de margen bruto como porcentaje a ingresos totales durante el mismo periodo. Durante este periodo la Compañía experimentó incrementos en materias primas en línea con la inflación comparados con el cuarto trimestre de 2003.

La utilidad de operación fue de Ps.104.9 millones durante el primer trimestre de 2004, alcanzando un margen de operación de 12.6%. Durante el trimestre, la compañía experimentó menores gastos administrativos y de ventas derivados de los ahorros alcanzados a través de mejores prácticas operativas, principalmente en mantenimiento de la flota de distribución, gastos de mercadotecnia y la reestructuración del personal efectuada en trimestres anteriores.

RESULTADOS DE LA OPERACIÓN EN COLOMBIA

Ingresos

Los ingresos totales fueron de Ps.848.3 millones durante el primer trimestre de 2004, un precio promedio por caja unidad de Ps.20.39 (U.S.\$1.82). El volumen de ventas disminuyó 5.9% comparado con el mismo periodo de 2003, principalmente como resultado de la caída en el volumen de ventas de agua embotellada, representando más del 60% de la caída de volumen y la disminución en refrescos fue el resto. Durante el trimestre lanzamos *Coca-Cola vainilla* con el objeto de revigorizar la categoría de colas.

Utilidad de Operación

La utilidad bruta fue de Ps.383.9 millones durante el primer trimestre de 2004, alcanzando un 45.3% de margen bruto como porcentaje de ingresos totales durante el mismo periodo. La utilidad de operación fue de Ps.36.2 millones, alcanzando un margen de 4.3% durante el primer trimestre de 2004. Durante el trimestre, la compañía experimentó mayores gastos en mercadotecnia como porcentaje a ingresos totales, relacionados con la introducción de botellas retornables y la implementación de actividades comerciales para mejorar la ejecución en el punto de venta.

RESULTADOS DE OPERACIÓN EN VENEZUELA

Ingresos

Los ingresos totales alcanzados fueron de Ps.980.2 millones durante el primer trimestre de 2004 y el precio promedio por caja unidad fue de Ps.23.97 (U.S.\$2.15), como resultado del 13.6% de incremento promedio ponderado implementado durante el primer trimestre de 2004. Aún y cuando incrementamos precios durante el primer trimestre de 2004, nuestro volumen de ventas creció 44.5% comparado con el primer trimestre de 2003, debido a la inestabilidad política que sufrió Venezuela como consecuencia de una huelga nacional que hizo prácticamente imposible para Panamco operar el negocio de forma regular en el mes de enero de 2003 y también generado por nuestras estrategias de precios y empaques implementadas durante el trimestre. Durante el trimestre lanzamos *Coca-Cola vainilla* con

el objetivo de expandir la categoría de colas y la presentación de 2.25 Lt PET para *Grapette*, nuestra marca de protección de valor.

Utilidad de Operación

La utilidad bruta fue de Ps.391.4 millones durante el primer trimestre de 2004, alcanzando un 39.9% de margen bruto como porcentaje de ingresos totales durante el mismo periodo. Durante el trimestre experimentamos incrementos en los precios de materias primas debido a la devaluación del Bolívar venezolano frente al U.S. dólar. La utilidad de operación fue de Ps.65.5 millones, alcanzando un margen de operación de 6.7% durante el primer trimestre de 2004.

RESULTADOS DE LA OPERACIÓN EN BRASIL

Ingresos

Los ingresos totales fueron de Ps.1,073.1 millones durante el primer trimestre de 2004. El precio promedio por caja unidad fue de Ps.16.12 (U.S.\$1.44) en el primer trimestre de 2004, debido a (i) las iniciativas de administración de ingresos que hemos implementado desde que tomamos las operaciones y (ii) a la reducción en la concentración del volumen de ventas en la presentación de 2.0 Lt PET, de niveles mayores al 60% del volumen de ventas total en el primer trimestre de 2003 a 56% en el mismo periodo de 2004.

Durante el primer trimestre de 2004, el volumen de ventas de refrescos en nuestros territorios brasileños disminuyó 6.7% comparado con el mismo periodo de 2003, incluyendo el 23.3% de caída en nuestras marcas de protección de valor. El volumen de ventas de cerveza vendido por Kaiser, disminuyó 6.8% en el primer trimestre de 2004 comparado con el mismo periodo de 2003. Durante el trimestre, el volumen de ventas de la categoría de colas permaneció prácticamente sin cambios debido a la estrategia de diversificación de empaques que hemos estado implementando desde mayo 2003.

Utilidad de Operación

La utilidad bruta del primer trimestre de 2004 fue de Ps.413.3 millones, alcanzando un margen de 38.6% como porcentaje de ingresos totales. La utilidad de operación fue de Ps.79.1 millones durante el primer trimestre de 2004, alcanzando un margen de operación de 7.4%. Durante el trimestre la compañía experimentó mayores gastos administrativos relacionados con el establecimiento de nuestras oficinas corporativas para la división de Mercosur en la ciudad de Sao Paulo, Brasil.

RESULTADOS DE OPERACIÓN EN ARGENTINA

La información financiera y de volumen de ventas en nuestras operaciones en Argentina no fue afectada con la adquisición de Panamco por lo cual es totalmente comparable con periodos anteriores.

Ingresos

Los ingresos totales alcanzaron Ps.625.3 millones, un 17.8% de incremento comparado con el primer trimestre de 2003 y el precio promedio por caja unidad creció 1.7% sobre el primer trimestre de 2003 a Ps.15.94 (U.S.\$1.43).

En el primer trimestre de 2004, el volumen de ventas en nuestro territorio en Argentina fue de 37.1 MCU, un 17.5% de incremento respecto al mismo periodo de 2003, debido principalmente al crecimiento de la marca *Coca-Cola* la cual representó más del 50.0% del volumen incremental y al incremento en el volumen de ventas de las presentaciones retornables, las cuales fueron el 27.5% del volumen total de ventas en el primer trimestre de 2004 comparadas con el 22.9% en el mismo periodo de 2003. En el primer trimestre de 2004 alcanzamos el mejor primer trimestre en la historia de la franquicia, en términos de volumen de ventas y margen de utilidad de operación.

Utilidad de Operación

La utilidad bruta como porcentaje a ingresos totales incrementó 410 puntos base de 37.3% en el primer trimestre de 2003 a 41.4% en 2004. Esta mejora se debió a la combinación de volúmenes de ventas mayores y de las eficiencias operativas alcanzadas durante el trimestre, las cuales compensaron el incremento en los precios de materias primas.

Los gastos operativos como porcentaje a ingresos totales, disminuyeron 470 puntos base de 27.0% en el primer trimestre de 2003 a 22.3% en el mismo periodo de 2004, como resultado de estrictas iniciativas de control de costos y la disminución en gastos de administración relacionados con el cambio de ciertos ejecutivos a nuestras oficinas corporativas de la región de Mercosur ubicadas en Sao Paulo, Brasil. El margen de operación en el primer trimestre de 2004 en nuestros territorios en Argentina fue de Ps.105.6 millones y el margen de operación creció a 16.9%, un incremento de 910 puntos base comparados con el primer trimestre de 2003.

INFORMACIÓN PARA LA CONFERENCIA TELEFÓNICA

La Conferencia telefónica del primer trimestre de 2004 se llevará a cabo el lunes 26 de abril de 2004 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: 888-396-2383. Internacional: 617-847-8711.

Si usted no puede participar en la Conferencia en tiempo real, una repetición de la misma estará disponible hasta el 3 de mayo de 2004. Para escuchar la repetición, por favor marcar: U.S. locales: 888-286-8010. Internacional: 617-801-6888. Contraseña: 98344233.



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 (São Paulo, Campiñas, Santos el estado de Mato Grosso do Sul y parte del estado de Goias) y Argentina (capital federal de Buenos Aires y sus alrededores), además de agua embotellada, cerveza y otras bebidas en algunos de estos territorios.

La compañía cuenta con 32 plantas embotelladoras en los países en Latinoamérica y atiende a más de 1,500,000 detallistas en la región. 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 Latinoamérica. The Coca-Cola Company tiene una participación del 39.6% en el capital accionario de Coca-Cola FEMSA.



Las cifras de las operaciones de la Compañía en México y de sus operaciones internacionales consolidadas fueron preparadas de acuerdo a los principios de contabilidad generalmente aceptados en México (PCGA mexicanos). Todas las cifras están expresadas en pesos mexicanos constantes con poder adquisitivo al 31 de marzo de 2004. Para fines de comparación las cifras de la compañía para 2003 y 2004, han sido re-expresadas tomando en cuenta la inflación local de cada uno de los países con referencia al índice de precios al consumidor y convertidas de la moneda local a pesos mexicanos usando el tipo de cambio al 31 de marzo de 2004. Además, todas las comparaciones para el primer trimestre de 2004 contenidas en este reporte, han sido hechas contra cifras del periodo comparable de 2003, a menos que se indique lo contrario.

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

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



(a continuación 5 páginas de tablas)

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

Balance Consolidado

Al 31 de marzo de 2004 y 31 de diciembre de 2003

Millones de Pesos Mexicanos(Ps.)

Expresado en millones de Pesos Mexicanos de Poder Adquisitivo al 31 de marzo de 2004

ACTIVO	2004	2003
Activo Circulante		
Efectivo y Valores de Realiz. Inm.	Ps. 2,533	Ps. 2,835
Cuentas por cobrar:		
Clientes	1,023	1,360
Documentos	104	87
Impuestos por recuperar	644	1,106
Otros	560	396
Total cuentas por cobrar	2,331	2,949
Inventarios	2,320	2,228
Pagos Anticipados	211	205
Total activo circulante	7,395	8,217
Propiedad, planta y equipo		
Terrenos	2,375	2,531
Edificios, maquinaria y equipo	24,835	24,552
Depreciación acumulada	-10,834	-10,617
Inversiones en proceso	645	681
Botellas y cajas	946	973
Total propiedad, planta y equipo	17,967	18,120
Inversión en acciones	519	538
Cargos diferidos, neto	1,372	1,352
Crédito mercantil, neto	34,326	34,250
TOTAL ACTIVO	Ps. 61,579	Ps. 62,477

PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	2004	2003
Pasivo Circulante		
Deuda a corto plazo y documentos	Ps. 2,007	Ps. 3,010
Intereses por pagar	380	380
Proveedores	3,485	3,443
Cuentas por pagar y otros	2,043	1,699
Impuestos por pagar	952	1,050
Pasivo Circulante	8,867	9,582
Préstamos bancarios a largo plazo	25,588	26,476
Plan de pensiones, prima de antigüedad y otros	591	595
Otros pasivos	2,940	2,621
Total pasivo	37,986	39,274
Capital Contable		
Interés minoritario	81	167
Interés mayoritario:		
Capital social	2,697	2,697
Prima en suscripción de acciones	11,540	11,540
Utilidades retenidas	11,417	9,585
Utilidad neta del período	868	2,353
Resultado acumulado por tenencia de activos no monetarios	-3,010	-3,139
Total interés mayoritario	23,512	23,036
Total capital contable	23,593	23,203
TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	Ps. 61,579	Ps. 62,477

ESTADO DE RESULTADOS

Por los tres meses terminados el 31 de marzo de 2004 y 2003

Expresado en millones de pesos ⁽¹⁾ de poder adquisitivo al 31 de marzo de 2004

	Consolidado			México		Centroamerica		Colombia	
	2004	2003	% VAR	2004	% Ingresos totales	2004	% Ingresos totales	2004	% Ingresos totales
Volumen(millones de c.u.)	440.8	150.2	193.5	228.3		26.5		41.6	
Precio promedio por caja unidad	23.52	28.65	(17.9)	26.51		31.23		20.39	
Ventas netas	10,367.4	4,303.5	140.9	6,052.1	-	827.2	-	848.3	-
Otros ingresos de operación	71.6	53.1	34.8	45.5	-	3.5	-	-	-
Ingresos totales	10,439.0	4,356.6	139.6	6,097.6	100.0	830.7	100.0	848.3	100.0
Costo de ventas	5,388.6	2,100.6	156.5	2,865.4	46.1	432.8	52.3	464.4	54.8
Utilidad bruta	5,050.4	2,256.0	123.9	3,232.2	54.4	397.9	48.1	383.9	45.3
Gastos de administración	601.6	337.9	78.0	354.1	8.0	60.2	7.2	48.1	5.7
Gastos de venta	2,876.1	873.4	229.3	1,696.5	19.9	232.8	28.0	299.7	35.3
Gastos de operación	3,477.7	1,211.3	187.1	2,050.6	27.9	293.0	35.3	347.8	41.0
Amort. del crédito mercantil	-	5.9	na	-	0	-	-	-	-
Utilidad de operación	1,572.7	1,038.8	51.4	1,181.6	26.2	104.9	12.6	36.2	4.3
Gastos financieros	577.9	98.9	484.4						
Productos financieros	32.2	67.1	(52.0)						
Gastos financieros, neto	545.8	31.8	1,616.2						
Pérdida (ganancia) cambiaria	(58.6)	19.4	(402.2)						
Pérd.(Gan). por posición monet.	(460.2)	17.3	(2,760.1)						
Costo integral de financ.	26.9	68.5	(60.7)						
Otros (prod.), gastos, neto	66.2	57.8	14.6						
Utilidad antes de impuestos	1,479.5	912.5	62.1						
Impuestos	611.0	421.6	44.9						
Utilidad neta consolidada	868.6	490.9	76.9						
Utilidad mayoritaria	868.4	490.9	76.9						
Utilidad minoritaria	0.2	-	-						
Cargos virtuales ⁽²⁾	569.6	222.4	156.1	339.0	4.5	56.5	6.8	67.0	7.9

(1) Excepto volumen y precio promedio por caja unidad

(2) 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 31 de marzo de 2004 y 2003

Expresado en Millones de Pesos Mexicanos⁽¹⁾ de Poder Adquisitivo al 31 de marzo de 2004

	Venezuela		Brasil		Argentina				
	2004	% Ingresos totales	2004	% Ingresos totales	2004	% Ingresos totales	2003	% Ingresos totales	% VAR
Volumen(millones de c.u.)	40.9		66.4		37.1		31.6		17.5
Precio promedio por caja unidad	23.97		16.12		15.94		15.67		1.7
Ventas netas	979.7	-	1,070.6	-	591.9	-	495.3	-	19.5
Otros ingresos de operación	0.5	-	2.5	-	33.4	-	35.7	-	(6.4)
Ingresos totales	980.2	100.0	1,073.1	100.0	625.3	100.0	531.0	100.0	17.8
Costo de ventas	588.8	60.1	659.7	61.6	380.4	64.3	346.2	69.9	9.9
Utilidad bruta	391.4	39.9	413.3	38.6	244.9	41.4	184.8	37.3	32.5
Gastos de administración	53.4	5.4	85.2	7.9	13.8	2.2	30.0	5.6	(54.0)
Gastos de venta	272.5	27.8	249.0	23.2	125.6	20.1	113.3	21.3	10.9
Gastos de operación	325.9	33.2	334.2	31.1	139.4	22.3	143.3	27.0	(2.7)
Amort. del crédito mercantil	-	-	-	-	-	-	-	-	na
Utilidad de operación	65.5	6.7	79.1	7.4	105.6	16.9	41.5	7.8	154.2
Cargos virtuales ⁽²⁾	56.0	5.7	20.4	1.9	30.7	4.9	46.2	8.7	(33.5)

(1) Excepto volumen y precio promedio por caja unidad

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

INFORMACIÓN RELEVANTE

Por los tres meses terminados el 31 de marzo de 2004 y 2003

Expresado en millones de pesos mexicanos de poder adquisitivo al 31 de marzo de 2004

	1T 2003
Inv. Activos fijos	364.1
Depreciación	125.6
Amortización y Otros	96.8

	1T 2004
Inv. Activos fijos	409.0
Depreciación	307.4
Amortización y Otros	262.2

VOLUMEN (MCU)

Expresado en millones de cajas unidad

	1T 2003					
	Colas	Sabores	Agua	Cerveza	Otros	Total
Mexico ⁽¹⁾	133.3	43.1	50.2	0.0	1.5	228.1
Centroamerica	16.6	6.3	1.1	0.0	0.6	24.6
Colombia	27.0	9.6	7.5	0.0	0.1	44.2
Venezuela	16.5	8.0	2.3	0.0	1.5	28.3
Brazil	37.2	18.5	3.0	11.7	0.5	70.9
Argentina	22.1	9.0	0.4	0.0	0.1	31.6
Total	252.7	94.5	64.5	11.7	4.3	427.7

	1T 2004					
	Colas	Sabores	Agua	Cerveza	Otros	Total
Mexico ⁽¹⁾	139.0	43.9	44.4	0.0	1.0	228.3
Centroamerica	18.0	6.8	1.2	0.0	0.5	26.5
Colombia	26.6	9.0	5.9	0.0	0.1	41.6
Venezuela	22.7	12.0	3.7	0.0	2.5	40.9
Brazil	37.1	14.9	3.1	10.9	0.4	66.4
Argentina	25.3	11.4	0.3	0.0	0.1	37.1
Total	268.7	98.0	58.6	10.9	4.6	440.8

(1) El volumen de agua incluye 3.0 MCU y 2.1 MCU de Ciel en 5.0 Lt en el 1T2003 y en el 1T2004, respectivamente.

MEZCLA POR PRESENTACIÓN

Como porcentaje de volumen total

	1T 2003			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafón
Mexico	27.0	54.9	1.3	16.8
Centroamerica	49.9	44.3	5.8	-
Colombia	52.4	37.4	2.6	7.6
Venezuela	33.5	60.9	2.5	3.1
Brazil	10.7	85.6	3.7	-
Argentina	22.9	73.2	3.9	-

	1T 2004			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafón
Mexico	28.8	55.2	1.3	14.7
Centroamerica	52.7	42.5	4.8	-
Colombia	53.2	37.0	3.1	6.7
Venezuela	32.1	61.0	2.6	4.3
Brazil	10.2	87.0	2.8	-
Argentina	27.5	69.1	3.4	-

Marzo 2004

Información macroeconómica

	INFLACIÓN			TIPO DE CAMBIO (Por US Dólar)*
	Últimos 12 meses	Año Acum	1 T 2004	
México	4.23%	1.57%	1.57%	11.17
Colombia	5.98%	2.87%	2.87%	2,678.16
Venezuela	23.56%	6.35%	6.35%	1,920.00
Brasil	6.50%	1.72%	1.72%	2.91
Argentina	2.72%	0.80%	0.80%	2.86

* Cifras al 31 de marzo de 2004