

FEMSA logró un importante crecimiento en su utilidad durante el segundo trimestre y la primera mitad del 2004

Monterrey, México, julio 28 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 segundo trimestre y los primeros seis meses del 2004.

Datos Sobresalientes

● FEMSA Cerveza incrementó en 3.8% su volumen de ventas (2.5% nacional y 16.8% de exportación) durante el 2T04. Alcanzó un crecimiento en la Utilidad de Operación de 15.4% comparado con el 2T03, lo que originó una expansión del margen de flujo de operación (EBITDA) de 210 puntos base alcanzando 34.3% de los ingresos totales.

● Coca-Cola FEMSA obtuvo su primera expansión consecutiva del margen de operación, después de la adquisición de los nuevos territorios en mayo del 2003, alcanzando 15.8% durante el 2T04.

● FEMSA Comercio añadió 189 nuevas tiendas de conveniencia durante el trimestre, ampliando la cobertura nacional a 3,086 tiendas, lo que consolida su liderazgo en la industria mexicana de tiendas de conveniencia y su importancia estratégica para nuestras operaciones de bebidas.

● FEMSA redujo \$239 millones de dólares su deuda neta consolidada en el 2T04, comparada con la registrada en el 1T04. Esto es resultado de una reducción de \$159 millones de dólares más un efecto cambiario de \$80 millones de dólares.

Contactos para inversionistas:

Juan F. Fonseca
(52) 818-328-6245
juan.fonseca@femsa.com.mx

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

Contactos para medios:

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

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





José Antonio Fernández, presidente y director general de FEMSA, afirmó: “Durante el segundo trimestre del 2004 tuvimos un gran número de eventos relevantes, especialmente en nuestras operaciones de Cerveza. Por ejemplo, anunciamos la recompra del 30% de FEMSA Cerveza; firmamos un acuerdo comercial que le otorga a Heineken los derechos de importación, distribución y venta de nuestras cervezas en los Estados Unidos; y acordamos ser los importadores y distribuidores exclusivos de la marca *Coors Light* en México. Todo esto mejora nuestra plataforma de negocios para el futuro. Además, estoy particularmente satisfecho con las operaciones de FEMSA Cerveza en México, en donde registramos otro sólido trimestre con un crecimiento de volumen rentable.

Estos logros de FEMSA Cerveza, aunados a los avances de Coca-Cola FEMSA en la integración de sus nuevos territorios y el desarrollo de estrategias competitivas apropiadas para cada mercado, así como el consistente crecimiento de Oxxo, nos llenan de satisfacción y optimismo sobre el futuro. Sin embargo, estamos conscientes que tal crecimiento implica responsabilidades, por lo que estamos tomando las precauciones necesarias para asegurar que nuestra situación financiera permanezca sólida y nuestra flexibilidad alta. De esta forma continuamos consolidando a FEMSA como una de las compañías de bebidas líder en el mundo”.

Nota

Debido a la adquisición de Panamerican Beverages, Inc. (“Panamco”) empezamos a consolidar sus 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 tercer trimestre del 2004 y como año completo, en el 2005.



ANALISIS DE RESULTADOS FINANCIEROS NO AUDITADOS PARA EL SEGUNDO TRIMESTRE Y LOS PRIMEROS SEIS MESES TERMINADOS EL 30 DE JUNIO DEL 2004 COMPARADO CON EL SEGUNDO TRIMESTRE Y PRIMEROS SEIS MESES TERMINADOS EL 30 DE JUNIO DEL 2003.

FEMSA

FEMSA aumentó sus *ingresos totales* 14.2% a 23,222 millones de pesos durante el 2T04, comparados con 20,333 millones de pesos en el 2T03. Este incremento fue impulsado por mayores ventas en todas nuestras principales subsidiarias. El crecimiento en los ingresos totales durante el segundo trimestre incluye: (i) el incremento de 17.0% de los ingresos totales logrado por Coca-Cola FEMSA, considerando que la adquisición de Panamco se completó en mayo del 2003, por lo que el 2T04 incluye tres meses de operación de los nuevos territorios contra dos meses en el 2T03, (ii) el sólido crecimiento de 19.5% en los ingresos que alcanzó FEMSA Comercio durante el 2T04 y la apertura de 687 nuevas tiendas de conveniencia desde el 2T03, (iii) el incremento de 3.8% en volumen de ventas totales obtenido por FEMSA Cerveza, que combinado con el aumento en el precio promedio de 5.0% nominal implementado durante el mes de febrero del 2004 en México, dio como resultado un aumento de 5.0% en los ingresos totales y (iv) el crecimiento del 8.5% en los ingresos conseguido por FEMSA Empaques, principalmente por el incremento en la demanda de botellas de vidrio, hermetapas y latas de bebidas.

En la primera mitad del 2004, FEMSA aumentó sus ingresos totales en 30.7% a 43,712 millones de pesos, comparados con 33,439 millones de pesos en el mismo periodo del 2003. Este incremento se debió principalmente a la adquisición de los nuevos territorios que Coca-Cola FEMSA llevó a cabo en el 2003. Durante los primeros seis meses del 2004, Coca-Cola FEMSA alcanzó ingresos totales de 21,643 millones de pesos. FEMSA Comercio obtuvo un sólido crecimiento de 21.9% en los ingresos, gracias a la rápida apertura neta de nuevas tiendas Oxxo. FEMSA Cerveza incrementó su volumen de ventas totales en 5.5% a 12,574 millones de hectolitros, el cual, combinado con el aumento del precio en febrero del 2004, permitió que los ingresos totales crecieran 5.6% a 11,024 millones de pesos. FEMSA Empaques aumentó sus ingresos totales en 9.2%, gracias al sólido crecimiento en demanda de botellas de vidrio, hermetapas y, en menor escala, latas de bebidas.

FEMSA registró una reducción del *margen bruto* en 120 puntos base a 47.4% de los ingresos totales en el 2T04, comparado con 48.6% durante el 2T03. Esto se debió principalmente a una contracción de 60 puntos base en el margen bruto de Coca-Cola FEMSA y la mayor proporción que representan las operaciones de FEMSA Comercio en los resultados de FEMSA consolidado, las cuales tienen un menor margen que el resto de nuestras operaciones.



En los primeros seis meses del 2004, FEMSA reportó una disminución del margen bruto en 120 puntos base a 46.9% de los ingresos totales registrando 20,514 millones de pesos, comparado con 48.1% es decir 16,083 millones de pesos para el 2003. La contracción en los márgenes se debió a las razones mencionadas anteriormente, mientras que el aumento absoluto en la utilidad bruta se atribuye principalmente a la integración de los nuevos territorios de Coca-Cola FEMSA.

FEMSA aumentó la *utilidad de operación (incluyendo la participación en compañías asociadas)* en 4.4% a 3,646 millones de pesos durante el 2T04, reflejando un margen de operación de 15.7%. El margen de operación mostró una contracción de 150 puntos base comparado con el 2T03, resultado de la integración de los nuevos territorios mexicanos adquiridos por Coca-Cola FEMSA, los cuales tenían un menor nivel de rentabilidad que los territorios originales; así como a la contracción de 80 puntos base del margen de operación de FEMSA Comercio, el cual refleja un incremento en la contribución de las tiendas de conveniencia Oxxo en los resultados consolidados de FEMSA. La reducción del margen de operación fue parcialmente compensado por 200 puntos base de expansión de margen de operación obtenido por FEMSA Cerveza y 30 puntos base de expansión alcanzado por FEMSA Empaques.

En la primera mitad del 2004, FEMSA aumentó su utilidad de operación 17.8% a 6,218 millones de pesos, comparada con 5,277 millones de pesos en el primer semestre del 2003. La compañía registró una disminución de 160 puntos base en el margen de operación consolidado a 14.2% de los ingresos totales, comparado con los niveles del mismo periodo del 2003.

FEMSA reportó un incremento del *gasto financiero neto* a 785 millones de pesos durante el 2T04, principalmente como resultado del endeudamiento adicional para la adquisición de los nuevos territorios por parte de Coca-Cola FEMSA. En los primeros seis meses del 2004, el gasto financiero neto fue de 1,489 millones de pesos.

La compañía registró una pérdida por *fluctuación cambiaria* de 315 millones de pesos durante el 2T04. Esto representó una significativa reducción, comparada con la pérdida de 808 millones de pesos registrada durante el 2T03, resultado de la volatilidad cambiaria en conjunto con las grandes transacciones denominadas en dólares que se efectuaron para la adquisición de los nuevos territorios de Coca-Cola FEMSA. Adicionalmente, FEMSA y FEMSA Cerveza generaron una ganancia en la fluctuación cambiaria de 214 millones de pesos en el 2T04, por la apreciación de los dólares obtenidos por la recompra del 30% de FEMSA Cerveza. Durante los primeros seis meses del 2004, hubo una devaluación del peso mexicano contra el dólar de 2.5% en términos nominales. En los primeros seis meses del 2004, FEMSA reportó una pérdida por fluctuación cambiaria de 167 millones de pesos, comparada con 971 millones de pesos en el mismo periodo del 2003.

FEMSA presentó en su *resultado por posición monetaria* una ganancia de 42 millones de pesos durante el 2T04, comparada con una ganancia de 50 millones de pesos durante el 2T03. Mientras que en el mismo rubro para el primer semestre del 2004, la compañía registró una ganancia de 545 millones de pesos, comparada con una ganancia de 37 millones de pesos durante el mismo periodo del 2003. Esta ganancia refleja el impacto inflacionario sobre un mayor nivel de endeudamiento durante el periodo.



FEMSA reconoció **impuestos** durante el 2T04 por 896 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 676 millones de pesos durante el 2T03. En los primeros seis meses del 2004, los impuestos reconocidos por FEMSA sumaron 1,920 millones de pesos. La tasa efectiva de impuestos para los primeros seis meses del 2004 fue de 39.4%, comparada favorablemente con el 42.1% registrado durante el mismo periodo del 2003.

Ganancia extraordinaria

En mayo del 2004, nuestra subsidiaria Coca-Cola FEMSA obtuvo una resolución final favorable por parte de la corte federal mexicana que le permite amortizar pérdidas provenientes de una venta de acciones realizada en el 2002. Como resultado de la resolución, FEMSA incrementó sus ingresos netos consolidados en 1,258 millones de pesos. Más del 85% de este incremento será en efectivo, y el restante será en una reducción de impuestos. Este incremento es parcialmente compensado por una reducción de 83 millones de pesos debida a un cambio en el criterio para hacer deducibles los refrigeradores de Coca-Cola FEMSA en México, lo cual resulta en un efecto neto positivo de 1,175 millones de pesos tanto para el segundo trimestre como para los primeros seis meses del 2004.

FEMSA alcanzó una **utilidad neta** de 2,775 millones de pesos durante el 2T04, que representa un crecimiento de 143.4% con respecto al 2T03. En los primeros seis meses del 2004, la compañía aumentó la utilidad neta en 126.1% a 4,130 millones de pesos, comparada con 1,827 millones de pesos durante el mismo periodo del 2003.

FEMSA obtuvo una **utilidad neta mayoritaria** por Unidad¹ FEMSA de 1.525 pesos en el 2T04 y 2.297 pesos para el primer semestre del 2004. La utilidad neta mayoritaria por cada ADR de FEMSA, considerando un tipo de cambio de 11.512 pesos por dólar, fue de \$1.996 dólares en los primeros seis meses del 2004. FEMSA alcanzó una utilidad neta mayoritaria consolidada de 2,434 millones de pesos en los primeros seis meses del 2004, la cual es 100.0% mayor a la que se registró en el mismo periodo del 2003.

La **inversión en activo fijo** fue de 1,652 millones de pesos y 2,884 millones de pesos durante el 2T04 y los primeros seis meses del 2004, respectivamente.

¹ Las unidades de FEMSA consisten en Unidades FESMA 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 2004 fue 1,059,462,090, equivalente al número total de acciones en circulación al 30 de junio del 2004, dividido entre 5.



Deuda consolidada. Al 30 de junio del 2004, FEMSA registró un saldo de efectivo de 7,890 millones de pesos (\$685 millones de dólares); la deuda a corto plazo fue de 2,070 millones de pesos (\$180 millones de dólares) y la deuda a largo plazo fue de 34,394 millones de pesos (\$2,988 millones de dólares). FEMSA redujo el saldo de la deuda neta consolidada (la suma de la deuda a corto plazo, más la deuda a largo plazo, menos el saldo en efectivo) en \$239 millones de dólares durante el 2T04, comparado con el 1T04. Esta reducción resultó de la combinación de una disminución en la deuda y un saldo mayor en efectivo, que asciende a \$159 millones de dólares, más un efecto positivo en el tipo de cambio de \$80 millones de dólares, obtenido por la porción de la deuda denominada en pesos mexicanos, durante un trimestre en el cual el peso se debilitó consecutivamente.

FEMSA logró una mezcla balanceada en su estructura de deuda. Al 30 de junio del 2004, aproximadamente 65.2% de la deuda total consolidada de FEMSA está contratada a tasa fija de interés, mientras que el 34.8% a una tasa variable. La deuda total está denominada 42.3% en dólares, 56.0% en pesos mexicanos y 1.7% en pesos colombianos. La tasa de interés nominal promedio ponderada para la deuda total fue de 7.1% al 30 de junio del 2004. Las tasas nominales promedio ponderadas para la deuda fueron de aproximadamente 8.4%, 5.3% y 10.3% en pesos mexicanos, dólares y pesos colombianos, respectivamente. Adicionalmente, FEMSA logró establecer plazos de amortización de su deuda a largo plazo muy adecuados, con vencimientos que llegan hasta el año 2011.

Es importante aclarar, que a partir de este reporte se incluye un anexo con información relativa al flujo bruto de operación consolidado (EBITDA) y la posición de deuda neta, así como una reconciliación de estos rubros de acuerdo a los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México.

Acontecimientos Recientes:

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

Como lo mencionamos en el comunicado de prensa del primer trimestre del 2004, 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.

Para efectos de comparación, y de acuerdo con las reglas contables, los resultados financieros de estas tiendas "Six" al 2T03 y los primeros seis meses del 2003 se reclasificaron de FEMSA Cerveza a FEMSA Comercio. El análisis que aquí se presenta está basado en las cifras reclasificadas para el segundo trimestre y los primeros seis meses del 2003. Es importante mencionar, que este cambio no tiene impacto en las cifras consolidadas de FEMSA. Para mayor detalle, favor de ver los estados financieros anexos.



Emisión de capital para el financiamiento de una parte de la adquisición del 30% de FEMSA Cerveza.

El 27 de Julio del 2004, los accionistas de FEMSA aprobaron la emisión de hasta 344.4 millones de acciones Serie B y hasta 322 millones de acciones Serie D, representando en conjunto hasta 52.8 millones de Unidades B y hasta 80.5 millones de Unidades BD. La compañía espera vender estas unidades en ofertas internacionales y en México. El número de acciones autorizadas incluye cualquier acción que pueda ser requerida para satisfacer una opción de sobre-asignación en las Unidades BD que serán otorgadas a los suscriptores. Antes de que se inicien las ofertas, se determinará el número exacto de Unidades que se ofrecerán y se cancelarán todas las autorizaciones de acciones que excedan la composición de las Unidades que serán puestas a oferta pública (y la opción de sobre-asignación). FEMSA espera que los ingresos totales de las ofertas serán en el orden de \$ 500 a \$ 550 millones de dólares, los cuales serán utilizados para pagar la deuda relacionada con la recompra del 30% de las acciones de FEMSA Cerveza a Interbrew. Para más información sobre esta recompra favor de dirigirse al comunicado de prensa del 23 de mayo del 2004 titulado "FEMSA e Interbrew acuerdan concluir relación de negocios".

La emisión de capital está sujeta a nuestra recompra del 30% de las acciones de FEMSA Cerveza, la cual a su vez está sujeta al cierre de la transacción entre Interbrew y AmBev. Esta emisión de capital también está sujeta a la aprobación de la CNBV en México y de la SEC en Estados Unidos.

Este comunicado de prensa no constituye una oferta para vender o solicitar la compra de algún instrumento financiero. No habrá venta de cualquier instrumento financiero en ninguna jurisdicción en la cual tal oferta, solicitud o venta fueran ilegales antes de ser registradas bajo las leyes de instrumentos financieros en esas jurisdicciones.

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.

FEMSA Cerveza

FEMSA Cerveza aumentó su **volumen de ventas netas nacional** en 2.5% a 6.273 millones de hectolitros durante el 2T04, principalmente debido a la favorable demanda en las regiones más fuertes y la exitosa ejecución en el punto de venta. En términos nominales, el incremento del 5.0% en su ingreso por hectolitro en México no sólo es consecuencia del incremento en el precio implementado en febrero, sino también del inicio de implementación de algunas iniciativas de administración de ingresos en ciertos territorios realizadas por la compañía. FEMSA Cerveza continua avanzando en la implementación del Sistema Integral de Negocio ("ERP"), el cual se encuentra operando en 60% del total del volumen directo nacional.



En la primera mitad del 2004, FEMSA Cerveza aumentó su volumen de ventas en 4.0% a 11.395 millones de hectolitros. Atribuimos este crecimiento a: (i) un crecimiento positivo en el volumen de ventas después de haber aumentado el precio en 5.0% durante el mes de febrero en México, (ii) promociones exitosas de las marcas Sol, Indio y Tecate Light y (iii) una recuperación en la economía de sus principales territorios.

FEMSA Cerveza incrementó su *volumen de ventas de exportación* en 16.8% a 0.699 millones de hectolitros durante el 2T04 y 22.9% a 1.179 millones de hectolitros durante la primera mitad del 2004. La mayor parte de este incremento proviene de las ventas a Estados Unidos, donde estimamos que el incremento en ventas de los distribuidores hacia los detallistas fue aproximadamente de 14.0%, y el resto del crecimiento fue resultado de un incremento en el inventario de los distribuidores. Este incremento del 14.0% en ventas a detallistas fue principalmente resultado de: (i) estrategias exitosas de mercado particularmente para las marcas *Tecate* y *Dos Equis* y (ii) una recuperación de la economía en Estados Unidos durante la primera mitad del 2004. FEMSA Cerveza aumentó sus ingresos de exportación por hectolitro 4.8% en términos de pesos durante el 2T04, principalmente como resultado de la devaluación del peso contra el dólar, además de una mejor mezcla de precios.

FEMSA Cerveza incrementó sus *ingresos totales* 5.0% a 6,179 millones de pesos durante el 2T04. Este incremento positivo es el resultado de un aumento de 3.8% en el volumen de ventas totales, así como un crecimiento de 0.8% en los ingresos reales por hectolitro para el trimestre.

En la primera mitad del 2004, FEMSA Cerveza incrementó sus ingresos totales 5.6% a 11,024 millones de pesos, comparados con 10,444 millones de pesos registrados durante el 2003. Los ingresos nacionales representaron 92% del total, mientras que el 8% restante proviene de las exportaciones. El incremento de 5.0% en el precio promedio nacional en términos nominales no se ve completamente reflejado en las cifras de ventas de la primera mitad del 2004, dado que fue implementado gradualmente durante el mes de febrero.

FEMSA Cerveza mantuvo su *costo de ventas* en línea con el crecimiento de sus ingresos registrando 2,518 millones de pesos durante el 2T04, comparado con 2,399 millones de pesos registrados durante el 2T03. Alcanzó una *utilidad bruta* de 3,661 millones de pesos, es decir un incremento de 5.0% en comparación al segundo trimestre del 2003. En la primera mitad del 2004, también mantuvo su costo de ventas estable en relación con el crecimiento de sus ingresos, ascendiendo a 4,616 millones de pesos, comparado con 4,388 millones de pesos obtenidos durante la primera mitad del 2003. Alcanzó una utilidad bruta de 6,408 millones de pesos, registrando un margen bruto de 58.1%, en línea con la primera mitad del 2003. El margen durante el 2T04 y la primera mitad del 2004 fue resultado de dos factores: (i) un incremento en los costos denominados en dólares, los cuales representan aproximadamente una tercera parte del costo de ventas, y (ii) mejores términos de compra de materias primas, eficiencia en la operación, lo que resulta en más hectolitros producidos por persona, y menores costos de fletes de las plantas a los centros de distribución.

FEMSA Cerveza incrementó sus *gastos de administración* 5.9% a 622 millones de pesos durante el 2T04, en comparación a 587 millones de pesos registrados durante el 2T03. Este incremento fue debido principalmente a la continua amortización del Sistema Integral de Negocio ("ERP"). Durante la primera mitad del 2004, la compañía incrementó sus gastos de administración 6.2% a 1,247 millones de pesos, comparados con 1,174 millones de pesos obtenidos durante la primera mitad del 2003.



FEMSA Cerveza disminuyó sus *gastos de venta* en 0.8% a 1,625 millones de pesos durante el 2T04, comparados con 1,639 millones de pesos en el 2T03. Esta disminución se debió a varias iniciativas para la contención de costos en toda la organización. Durante la primera mitad del 2004, mantuvo sus gastos de venta en línea con los niveles de la primera mitad del 2003, ascendiendo a 3,059 millones de pesos. Comparados con la primera mitad del 2003, disminuyó sus gastos de venta en 160 puntos base a 27.7% de los ingresos totales. Como porcentaje de los ingresos, redujo los gastos de operación en 140 puntos base a 36.4% de los ingresos totales durante el 2T04 y 39.1% de los ingresos totales durante la primera mitad del 2004, resultado de un aumento en el volumen de ventas y una administración efectiva de los gastos de venta.

FEMSA Cerveza registró una *participación en compañías afiliadas* de 22.0 millones de pesos durante el 2T04 y 9.1 millones de pesos durante la primera mitad del 2004, comparados con 1.5 millones de pesos registrados durante el 2T03 y una pérdida de 21.2 millones de pesos durante la primera mitad del 2003. Este incremento se debió principalmente a un mayor volumen de ventas y una mejora en la rentabilidad en Labatt USA.

FEMSA Cerveza incrementó la *utilidad de operación (antes de servicios corporativos)* en 13.8% a 1,437 millones de pesos durante el 2T04 comparada con 1,263 millones de pesos durante el 2T03. Este incremento es resultado del aumento en precios, mayores volúmenes y un mejor nivel de margen bruto. Incrementó el margen de operación (antes de servicios corporativos) en 170 puntos base a 23.2% de los ingresos totales. En la primera mitad del 2004, incrementó la utilidad de operación en 17.0% a 2,112 millones de pesos, comparado a 1,805 millones de pesos en el mismo periodo del 2003. El crecimiento año tras año refleja una fuerte mejora en el precio, un sólido crecimiento del volumen de ventas y el uso eficiente y efectivo de los gastos de venta. FEMSA Cerveza logró una expansión de 210 puntos base en el margen de flujo de operación (EBITDA) durante el 2T04 para llegar a 34.3% de los ingresos totales. De igual forma logró 200 puntos base de expansión en ese mismo margen para los primeros seis meses del año, alcanzando 30.9% de los ingresos totales.

FEMSA Comercio

FEMSA Comercio registró un aumento en sus *ingresos totales* de 19.5% a 5,465 millones de pesos durante el 2T04 comparados con 4,574 millones de pesos durante el 2T03. Al 30 de junio del 2004, cuenta con 3,086 tiendas de conveniencia en el territorio nacional, representando un incremento neto de 687 nuevas tiendas desde el 30 de junio del 2003. Con este ritmo de crecimiento, Oxxo se está convirtiendo rápidamente en la cadena de tiendas de conveniencia más reconocida y con una fuerte identidad de marca en todo México.

En la primera mitad del 2004, FEMSA Comercio incrementó sus ingresos totales en 21.9% a 10,128 millones de pesos comparados con 8,307 millones de pesos durante la primera mitad del 2003.



FEMSA Comercio incrementó las *ventas mismas tiendas de Oxxo* en un promedio de 5.8% durante el 2T04, reflejando un incremento en el "ticket" promedio de 4.2% y un crecimiento en el tráfico por tienda de 1.5%. Esta expansión lograda en el "ticket" promedio y las ventas mismas tiendas de Oxxo, refleja el rápido ritmo de expansión, así como una mejor administración de categorías que permite a Oxxo optimizar la mezcla de productos dentro de la tienda.

En la primera mitad del 2004, aumentó las ventas mismas tiendas de Oxxo un promedio de 7.7%, reflejando un incremento en el "ticket" promedio de 4.1% y un crecimiento en el tráfico por tienda de 3.4%.

FEMSA Comercio alcanzó una *utilidad bruta* de 1,437 millones de pesos durante el 2T04, registrando un margen bruto de 26.3% de los ingresos totales. Esto representa un incremento de 20 puntos base con respecto al segundo trimestre del 2003, gracias a una exitosa administración de categorías.

En la primera mitad del 2004, mantuvo su costo de ventas en línea con el crecimiento en sus ingresos totales, ascendiendo a 7,488 millones de pesos, comparado con 6,153 millones de pesos durante la primera mitad del 2003, un incremento de 21.7%. Como resultado de lo anterior, expandió la utilidad bruta en 20 puntos base a 26.1% de las ventas totales, comparada con 25.9% de las ventas totales en la primera mitad del 2003.

FEMSA Comercio incrementó sus *gastos de administración* 47.0% a 108 millones de pesos durante el 2T04, comparados con el 2T03. En la primera mitad del 2004, incrementó sus gastos de administración en 47.3% a 204 millones de pesos, comparados con los registrados en la primera mitad del 2003. Este incremento resultó de: (i) gastos y amortización de inversiones, relacionadas al nuevo sistema de Tecnología de Información a través de la cadena Oxxo, que ya no son capitalizables, (ii) inversiones en el entrenamiento y desarrollo del personal y (iii) la apertura de dos nuevas oficinas regionales en Juárez y Morelia. FEMSA Comercio aumentó sus *gastos de venta* en 23.0% a 1.094 millones de pesos durante el 2T04, permaneciendo estables en aproximadamente 20.0% de los ingresos totales. En los primeros seis meses del 2004, mantuvo los gastos de venta en línea con los ingresos totales en 2,036 millones de pesos o 20.1% de los ingresos totales. Parte de este incremento en los gastos de operación se debió a los crecientes esfuerzos por mejorar la oferta de productos y servicios en las tiendas Oxxo. Por ejemplo, el desarrollo de área de comida fresca es un componente clave del crecimiento a largo plazo y estamos explorando nuevas alternativas que requieren un gasto adicional, el cual creemos proveerá retornos atractivos.

Además del crecimiento a través de las nuevas tiendas, FEMSA Comercio está mejorando significativamente las ya existentes. Durante el 2T04, incrementó la inversión de capital para el mantenimiento y renovación del equipo para las tiendas.

El enfoque principal de FEMSA Comercio en el 2004 será introducir productos y servicios nuevos o mejorados en nuestras tiendas Oxxo, creciendo y mejorando las tiendas ya existentes, invirtiendo en sistemas de información de ventas al por menor, desarrollando al personal y mejorando la eficiencia administrativa para seguir fortaleciendo la expansión del esquema de negocio Oxxo y continuar su consolidación como líder en la industria de las tiendas de conveniencia en México.



FEMSA Comercio aumentó la **utilidad de operación (antes de servicios corporativos)** en 2.4% a 234 millones de pesos, resultando una contracción de 70 puntos base en el margen de operación de 4.3% durante el 2T04. En los primeros seis meses del 2004, aumentó la utilidad de operación en 17.4% a 401 millones de pesos, lo que contribuyó a mantener estable el margen de operación de 4.0% durante la primera mitad del 2004 y, en línea con el margen de operación de 4.1% registrado en la primera mitad del 2003.

FEMSA Empaques

FEMSA Empaques incrementó sus **ingresos totales** en 8.5% a 2,116 millones de pesos durante el 2T04. Este aumento se atribuye a: (i) un incremento de 18.4% en el volumen de ventas de botellas de vidrio, principalmente por la fuerte demanda de FEMSA Cerveza y Coca-Cola FEMSA, (ii) un incremento neto de 19.5% en el volumen de ventas de hermetapas, debido principalmente al surgimiento de demanda de los clientes estadounidenses, (iii) un aumento neto del 5.1% en el volumen de ventas de latas de bebidas, principalmente para Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza y (iv) la devaluación del peso, lo cual compensó una disminución en el precio promedio de estos productos, que están denominados en dólares.

En la primera mitad del 2004, FEMSA Empaques incrementó los ingresos totales en 9.2% a 3,885 millones de pesos comparado con 3,559 millones de pesos durante el mismo periodo del 2003.

FEMSA Empaques alcanzó un **costo de ventas** de 1,611 millones de pesos durante el 2T04 resultando un margen bruto de 23.9%, comparado con 24.1% en el 2T03. Esta ligera contracción se debió principalmente a un incremento en el costo de materias primas denominadas en dólares.

En la primera mitad del 2004, alcanzó un costo de ventas de 2,998 millones de pesos resultando un margen bruto de 22.8%.

FEMSA Empaques redujo sus **gastos de administración** en 3.6% a 46 millones de pesos durante el 2T04, debido a la optimización de ciertos procesos administrativos y los ajustes en el nivel de personal. Incrementó sus **gastos de venta** en 4.3% a 125 millones de pesos durante el 2T04. Este aumento se debió principalmente al incremento en los costos de fletes causado por el crecimiento en las ventas nacionales. En la primera mitad del 2004, disminuyó sus gastos de operación en 0.8% a 316 millones de pesos comparados con 319 millones de pesos durante la primera mitad del 2003. Esta ligera disminución se debió a la reducción de 2.2% en los gastos de administración y una disminución de 0.3% en los gastos de venta.

FEMSA Empaques incrementó la **utilidad de operación (antes de servicios corporativos)** en 10.7% a 335 millones de pesos durante el 2T04, resultando un margen de operación de 15.8% de los ingresos totales, un incremento de 30 puntos base comparado con el registrado durante el 2T03. En la primera mitad del 2004, incrementó la utilidad de operación en 9.6% a 571 millones de pesos.



INFORMACIÓN PARA LA CONFERENCIA TELEFÓNICA:

La conferencia telefónica del segundo trimestre y primeros seis meses del 2004 se llevará a cabo el 28 de julio del 2004 a las 3:00 P.M. 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 28 de julio hasta el 4 de agosto del 2004. Para escuchar la grabación marque: (973) 709-2089, Clave: 366653.

Se presentó cierta información financiera no auditada de Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V. y subsidiarias ("FEMSA") para el segundo trimestre y primeros seis meses del 2004, comparada con el segundo trimestre y los primeros seis meses 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 30 de junio 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 Relación 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 cinco páginas de tablas y Comunicado de Prensa de Coca-Cola FEMSA.

Millones de pesos al 30 de Junio del 2004	Por el segundo trimestre de:					Por el primer semestre de:				
	2004	% Integ.	2003	% Integ.	%Crec.	2004	% Integ.	2003	% Integ.	%Crec.
Ventas netas	23,155	99.7	20,266	99.7	14.3	43,568	99.7	33,304	99.6	30.8
Otros ingresos de operación	67	0.3	67	0.3	-	144	0.3	135	0.4	6.7
Total ingresos	23,222	100.0	20,333	100.0	14.2	43,712	100.0	33,439	100.0	30.7
Costo de ventas	12,204	52.6	10,448	51.4	16.8	23,198	53.1	17,356	51.9	33.7
Utilidad bruta	11,018	47.4	9,885	48.6	11.5	20,514	46.9	16,083	48.1	27.6
Gastos de administración	1,603	6.9	1,459	7.2	9.9	3,124	7.1	2,653	7.9	17.8
Gastos de venta	5,791	24.9	4,934	24.3	17.4	11,181	25.6	8,132	24.3	37.5
Gastos de operación	7,394	31.8	6,393	31.4	15.7	14,305	32.7	10,785	32.3	32.6
Part. en asociadas	22	0.1	2	-	N.S.	9	-	(21)	(0.1)	N.S.
Utilidad de operación	3,646	15.7	3,494	17.2	4.4	6,218	14.2	5,277	15.8	17.8
Gasto financiero	(875)		(617)		41.8	(1,669)		(961)		73.7
Producto financiero	90		149		(39.6)	180		343		(47.5)
Gasto financiero, neto	(785)		(468)		67.7	(1,489)		(618)		N.S.
Fluctuación cambiaria	(315)		(808)		61.0	(167)		(971)		82.8
Ganancia por posición monetaria	42		50		(16.0)	545		37		N.S.
Costo integral de financiamiento	(1,058)		(1,226)		(13.7)	(1,111)		(1,552)		(28.4)
Otros (gastos) productos	(92)		(452)		(79.6)	(232)		(569)		(59.2)
Utilidad antes de impuestos	2,496		1,816		37.4	4,875		3,156		54.5
Impuestos	(896)		(676)		32.5	(1,920)		(1,329)		44.5
Utilidad antes de part. extraordinarias	1,600		1,140		40.4	2,955		1,827		61.7
Partidas extraordinarias	1,175		-		100.0	1,175		-		100.0
Utilidad neta consolidada	2,775		1,140		143.4	4,130		1,827		126.1
Utilidad mayoritaria	1,616		798		102.5	2,434		1,217		100.0
Utilidad minoritaria	1,159		342		238.9	1,696		610		178.0

EBITDA y CAPEX

Utilidad de Operación	3,646	15.7	3,494	17.2	4.4	6,218	14.2	5,277	15.8	17.8
Depreciación	805	3.5	713	3.5	12.9	1,571	3.6	1,292	3.9	21.6
Amortización y otros	791	3.4	678	3.3	16.7	1,494	3.4	1,168	3.5	27.9
EBITDA	5,241	22.6	4,884	24.0	7.3	9,283	21.2	7,737	23.1	20.0
CAPEX	1,652		1,479		11.7	2,884		3,129		(7.8)

RAZONES FINANCIERAS (Veces)

	2004	2003	Var. p.p.
Liquidez ⁽¹⁾	1.29	1.13	0.17
Cobertura de intereses ⁽²⁾	6.23	12.52	(6.29)
Apalancamiento ⁽³⁾	1.10	1.42	(0.32)
Capitalización ⁽⁴⁾	42.58%	51.01%	(8.43)

⁽¹⁾ Total activo circulante / total pasivo circulante.

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

⁽³⁾ Total pasivos / total capital contable.

⁽⁴⁾ Préstamos bancarios corto y largo plazo/ (préstamos bancarios corto y largo plazo + total capital contable).

(Millones de Pesos constantes del 30 de Junio del 2004)

<i>ACTIVOS</i>	2004	2003	% Crec.
Efectivo y valores de realiz. inmediata	7,890	8,050	(2.0)
Cuentas por cobrar	4,349	5,844	(25.6)
Inventarios	6,986	6,961	0.4
Pagos anticipados	2,130	1,010	110.9
Total activo circulante	21,355	21,865	(2.3)
Propiedad, planta y equipo, neto	42,887	42,739	0.3
Crédito mercantil ⁽¹⁾	35,045	33,436	4.8
Cargos diferidos	6,423	5,361	19.8
Otros activos	1,673	1,706	(1.9)
TOTAL ACTIVOS	107,383	105,107	2.2

PASIVOS Y CAPITAL CONTABLE

Prestamos bancarios C.P.	2,070	3,342	(38.1)
Vencimientos del pasivo L.P. a C.P.	2,620	3,998	(34.5)
Intereses por pagar	425	243	74.9
Pasivo de operación	11,376	11,843	(3.9)
Total pasivo circulante	16,491	19,426	(15.1)
Prestamos bancarios	31,774	34,407	(7.7)
Impuestos diferidos	3,364	3,586	(6.2)
Obligaciones laborales y otros	4,507	4,250	6.0
Total pasivos	56,136	61,669	(9.0)
Total capital contable	51,247	43,438	18.0
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	107,383	105,107	2.2

<i>DEUDA NETA</i>	Junio 2004				Diciembre 2003			
	<i>Caja</i>	<i>Deuda</i>		<i>Deuda neta</i>	<i>Caja</i>	<i>Deuda</i>		<i>Deuda neta</i>
		<i>Corto plazo</i>	<i>Largo plazo</i>			<i>Corto plazo</i>	<i>Largo plazo</i>	
FEMSA Holding	870	-	84	(787)	585	-	93	(493)
Coca-Cola FEMSA	2,389	629	26,029	24,268	2,876	1,716	27,765	26,605
FEMSA Cerveza	4,030	173	5,843	1,985	3,473	32	5,723	2,281
FEMSA Comercio	388	345	1,403	1,360	517	57	1,501	1,042
FEMSA Empaques	212	923	1,035	1,747	455	693	1,500	1,738
Consolidado Total	7,890	2,070	34,394	28,574	7,907	2,498	36,582	31,173

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

Millones de pesos al 30 de Junio del 2004	Por el segundo trimestre de:					Por el primer semestre de:				
	2004	% Integ.	2003	% Integ.	% Crec.	2004	% Integ.	2003	% Integ.	% Crec.
Ventas Netas	11,026.5	99.6	9,398.7	99.3	17.3	21,522.5	99.4	13,711.1	99.2	57.0
Ingresos de Operación	47.5	0.4	63.4	0.7	(25.1)	120.0	0.6	117.0	0.8	2.6
Ingresos Totales	11,074.0	100.0	9,462.1	100.0	17.0	21,642.5	100.0	13,828.1	100.0	56.5
Costo Ventas	5,648.9	51.0	4,770.8	50.4	18.4	11,110.7	51.3	6,877.0	49.7	61.6
Utilidad bruta	5,425.1	49.0	4,691.3	49.6	15.6	10,531.8	48.7	6,951.1	50.3	51.5
Gastos Administración	662.6	6.0	584.2	6.2	13.4	1,271.2	5.9	928.6	6.7	36.9
Gastos Venta	3,014.0	27.2	2,270.0	24.0	32.8	5,929.5	27.4	3,145.3	22.7	88.5
Gastos Operación	3,676.6	33.2	2,854.2	30.2	28.8	7,200.7	33.3	4,073.9	29.5	76.8
Utilidad de operación	1,748.5	15.8	1,837.1	19.4	(4.8)	3,331.1	15.4	2,877.2	20.8	15.8
Depreciación	297.7	2.7	259.8	2.7	14.6	610.5	2.8	386.2	2.8	58.1
Amortización y otros	284.3	2.6	230.2	2.4	23.5	550.3	2.5	320.9	2.3	71.5
EBITDA	2,330.5	21.0	2,327.1	24.6	0.1	4,491.9	20.8	3,584.3	25.9	25.3
Inversión en activo fijo	296.5		528.2		(43.9)	704.4		892.7		(21.1)

Volumen de Ventas⁽¹⁾

(Millones de cajas unidad)

México	257.0	56.5	273.4	59.1	(6.0)	485.2	54.2	501.6	56.3	(3.3)
Centroamérica	26.8	5.9	26.5	5.7	1.0	53.3	6.0	51.1	5.7	4.3
Colombia	40.0	8.8	40.8	8.8	(2.1)	81.5	9.1	85.0	9.6	(4.1)
Venezuela	40.6	8.9	37.8	8.2	7.6	81.5	9.1	66.0	7.4	23.4
Brasil	58.7	12.9	56.9	12.3	3.3	125.2	14	127.8	14.4	(2.0)
Argentina	31.4	6.9	27.1	5.9	15.8	68.5	7.6	58.7	6.6	16.7
Total KOF	454.5	99.9	462.5	100.0	(1.7)	895.2	100.0	890.2	100.0	0.6

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

Millones de pesos al 30 de Junio del 2004	Por el segundo trimestre de:							Por el primer semestre de:						
	2003		Tiendas		2003			2003		Tiendas		2003		
	2004	% Integ.	Reportado	"SIX"	Comparable	% Integ.	% Crec.	2004	% Integ.	Reportado	"SIX"	Comparable	% Integ.	% Crec.
Ventas Netas	6,127.3	99.2	6,060.5	205.5	5,855.0	99.5	4.7	10,940.1	99.2	10,761.1	384.9	10,376.2	99.4	5.4
Ingresos de Operación	52.0	0.8	30.9		30.9	0.5	68.3	83.7	0.8	67.3		67.3	0.6	24.4
Ingresos Totales	6,179.3	100.0	6,091.4	205.5	5,885.9	100.0	5.0	11,023.8	100.0	10,828.4	384.9	10,443.5	100.0	5.6
Costo Ventas	2,518.0	40.7	2,557.8	158.6	2,399.2	40.8	5.0	4,615.5	41.9	4,688.4	300.2	4,388.2	42.0	5.2
Utilidad bruta	3,661.3	59.3	3,533.6	46.9	3,486.7	59.2	5.0	6,408.3	58.1	6,140.0	84.7	6,055.3	58.0	5.8
Gastos Administración	621.9	10.1	589.4	2.4	587.0	10.0	5.9	1,246.9	11.3	1,179.1	4.7	1,174.4	11.2	6.2
Gastos Venta	1,624.9	26.3	1,678.1	39.5	1,638.6	27.8	(0.8)	3,058.9	27.7	3,129.6	74.6	3,055.0	29.3	0.1
Gastos Operación	2,246.8	36.4	2,267.5	41.9	2,225.6	37.8	1.0	4,305.8	39.1	4,308.7	79.3	4,229.4	40.5	1.8
Participación en Asociadas	22.0		1.5		1.5		N.S.	9.1		(21.2)		(21.2)		N.S.
Utilidad de operación antes de servicios corporativos	1,436.5	23.2	1,267.6	5.0	1,262.6	21.5	13.8	2,111.6	19.2	1,810.1	5.4	1,804.7	17.3	17.0
Servicios Corporativos	103.3	1.7	107.0		107.0	1.8	(3.5)	207.2	1.9	214.5		214.5	2.1	(3.4)
Utilidad de operación	1,333.2	21.6	1,160.6	5.0	1,155.6	19.6	15.4	1,904.4	17.3	1,595.6	5.4	1,590.2	15.2	19.8
Depreciación	298.4	4.8	289.0		289.0	4.9	3.3	581.2	5.3	588.8		588.8	5.6	(1.3)
Amortización y otros	485.6	7.9	452.9		452.9	7.7	7.2	915.6	8.3	840.8		840.8	8.1	8.9
EBITDA	2,117.2	34.3	1,902.5	5.0	1,897.5	32.2	11.6	3,401.2	30.9	3,025.2	5.4	3,019.8	28.9	12.6
Inversión en activo fijo	781.5		616.9		616.9		26.7	1,355.0		1,488.6		1,488.6		(9.0)
Integración de ventas														
Nacional Millones Ps.	5,570.2	90.9	5,605.5		5,400.0	92.2	3.2	10,020.9	91.6	10,036.1		9,651.2	93.0	3.8
Exportación: Millones Ps.	103.3	1.7	455.0		455.0	7.8	22.4	919.2	8.4	725.0		725.0	7.0	26.8
US Millones	48.9		41.5		41.5		17.8	81.8		65.2		65.2		25.5
Volumen de ventas (Miles de hectolitros)														
Nacional	6,273.0	90.0	6,120.4		6,120.4	91.1	2.5	11,395.0	90.6	10,961.0		10,961.0	91.9	4.0
Exportación	699.0	10.0	598.3		598.3	8.9	16.8	1,179.2	9.4	959.8		959.8	8.1	22.9
Total	6,972.0	100.0	6,718.7		6,718.7	100.0	3.8	12,574.2	100.0	11,920.8		11,920.8	100.0	5.5
Ingreso por hectolitro														
Nacional	888.0		915.9		882.2		0.7	879.4		915.6		880.5		(0.1)
Exportación	796.9		760.5		760.5		4.8	779.5		755.4		755.4		3.2
Total	878.8		902.0		871.5		0.8	870.0		902.7		870.4		(0.0)
Mezcla por presentación (%)														
Retornable	4,511.7	64.7	4,569.8		4,569.8	68.0	(1.3)	8,283.4	65.9	8,183.6		8,183.6	68.6	1.2
No Retornable	720.3	10.3	590.4		590.4	8.8	22.0	1,226.7	9.7	1,008.9		1,008.9	8.5	21.6
Lata	1,740.0	25.0	1,558.5		1,558.5	23.2	11.6	3,064.1	24.4	2,728.3		2,728.3	22.9	12.3
Total	6,972.0	100.0	6,718.7		6,718.7	100.0	3.8	12,574.2	100.0	11,920.8		11,920.8	100.0	5.5

Millones de pesos al 30 de Junio del 2004	Por el segundo trimestre de:							Por el primer semestre de:							
			2003		2003					2003		2003			
	2004	% Integ.	Reportado	"SIX"	Reportado	Comparable	% Integ.	% Crec.	2004	% Integ.	Reportado	"SIX"	Reportado	Comparable	% Integ.
Ventas Netas	5,465.1	100.0	4,368.7	205.5	4,574.2	100.0	19.5	10,128.3	100.0	7,922.0	384.9	8,306.9	100.0	21.9	
Ingresos de Operación															
Ingresos Totales	5,465.1	100.0	4,368.7	205.5	4,574.2	100.0	19.5	10,128.3	100.0	7,922.0	384.9	8,306.9	100.0	21.9	
Costo Ventas	4,028.6	73.7	3,223.7	158.6	3,382.3	73.9	19.1	7,488.0	73.9	5,853.1	300.2	6,153.3	74.1	21.7	
Utilidad bruta	1,436.5	26.3	1,145.0	46.9	1,191.9	26.1	20.5	2,640.3	26.1	2,068.8	84.7	2,153.5	25.9	22.6	
Gastos Administración	108.0	2.0	71.0	2.4	73.5	1.6	47.0	203.8	2.0	133.6	4.7	138.4	1.7	47.3	
Gastos Venta	1,094.2	20.0	850.3	39.5	889.8	19.5	23.0	2,035.9	20.1	1,599.3	74.6	1,673.9	20.2	21.6	
Gastos Operación	1,202.2	22.0	921.3	41.9	963.2	21.1	24.8	2,239.6	22.1	1,732.9	79.3	1,812.2	21.8	23.6	
Utilidad de operación antes de servicios corporativos	234.3	4.3	223.7	5.0	228.7	5.0	2.4	400.6	4.0	335.9	5.4	341.3	4.1	17.4	
Servicios Corporativos	26.2	0.5	19.5		19.5	0.4	34.0	54.3	0.5	35.9		35.9	0.4	51.3	
Utilidad de operación	208.1	3.8	204.2	5.0	209.2	4.6	(0.5)	346.3	3.4	300.1	5.4	305.4	3.7	13.4	
Depreciación	72.7	1.3	32.6		32.6	0.7	123.1	114.3	1.1	63.4		63.4	0.8	80.3	
Amortización y otros	42.4	0.8	31.4		31.4	0.7	34.9	82.2	0.8	64.5		64.5	0.8	27.4	
EBITDA	323.2	5.9	268.2	5.0	273.2	6.0	18.3	542.8	5.4	428.0	5.4	433.3	5.2	25.3	
Inversión en activo fijo	503.7		265.6		265.6		89.6	735.6		476.0		476.0		54.5	

Información de Tiendas de Conveniencia

Tiendas totales					3,086		2,399	28.6
Tiendas nuevas	189			122	288		183	57.4
Mismas tiendas: ⁽¹⁾								
Ventas (miles de pesos)	598.3			565.8	564.9		524.7	7.7
Tráfico	23.3			23.0	22.2		21.4	3.4
Ticket	25.7			24.6	25.5		24.5	4.1

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

Millones de pesos al 30 de Junio del 2004	Por el segundo trimestre de:					Por el primer semestre de:				
	2004	% Integ.	2003	% Integ.	% Crec.	2004	% Integ.	2003	% Integ.	% Crec.
Ventas Netas	2,110.5	99.7	1,945.6	99.7	8.5	3,872.6	99.7	3,547.2	99.7	9.2
Ingresos de Operación	5.7	0.3	5.7	0.3	(0.2)	12.4	0.3	11.7	0.3	6.5
Ingresos Totales	2,116.2	100.0	1,951.3	100.0	8.5	3,885.0	100.0	3,558.8	100.0	9.2
Costo Ventas	1,610.8	76.1	1,481.5	75.9	8.7	2,998.1	77.2	2,719.5	76.4	10.2
Utilidad bruta	505.4	23.9	469.9	24.1	7.6	886.9	22.8	839.4	23.6	5.7
Gastos Administración	46.4	2.2	48.2	2.5	(3.6)	92.1	2.4	94.1	2.6	(2.2)
Gastos Venta	124.5	5.9	119.4	6.1	4.3	223.8	5.8	224.5	6.3	(0.3)
Gastos Operación	170.9	8.1	167.6	8.6	2.0	315.9	8.1	318.6	9.0	(0.8)
Utilidad de operación antes de servicios corporativos	334.5	15.8	302.3	15.5	10.7	571.0	14.7	520.8	14.6	9.6
Servicios Corporativos	31.2	1.5	28.7	1.5	9.0	58.2	1.5	54.8	1.5	6.2
Utilidad de operación	303.2	14.3	273.6	14.0	10.8	512.8	13.2	466.0	13.1	10.0
Depreciación	72.7	3.4	67.6	3.5	7.6	147.2	3.8	131.1	3.7	12.3
Amortización y otros	21.8	1.0	16.1	0.8	35.0	40.2	1.0	33.7	0.9	19.1
EBITDA	397.8	18.8	357.3	18.3	11.3	700.2	18.0	630.8	17.7	11.0
Inversión en activo fijo	51.4		49.9		3.0	78.0		258.1		(69.8)
Volumen de ventas total (Millones de piezas)										
Latas	922.3		877.6		5.1	1,664.6		1,614.9		3.1
Hermetapas	4,589.1		3,838.7		19.5	8,165.5		6,954.2		17.4
Botellas	329.9		278.6		18.4	563.8		488.4		15.4
Volumen Exportación: Latas	110.7		145.1		(23.7)	197.5		294.0		(32.8)
Hermetapas	2,926.6		2,116.0		38.3	5,320.7		3,843.5		38.4
Ventas Exportación: Millones Ps.	233.6		225.5		3.6	424.5		436.4		(2.7)
US Millones	20.4		20.9		(2.4)	37.5		39.3		(4.6)
% de ventas por cliente:										
Ventas intercompañías	54.1		60.5		(6.4)	53.4		59.3		(5.9)
FEMSA Cerveza	46.7		41.8		4.9	43.0		40.0		3.0
Coca-Cola FEMSA	7.4		18.7		(11.3)	10.4		19.3		(8.9)
Ventas a terceros	45.9		39.5		6.4	46.6		40.7		5.9
Nacional	34.5		28.0		6.5	35.4		28.8		6.6
Exportación	11.4		11.5		(0.1)	11.2		11.9		(0.7)
Total	100.0		100.0		-	100.0		100.0		-

INFORMACIÓN MACROECONÓMICA

	Inflación 2004		Tipo de Cambio	
	Jun03-Jun04	II trim.	Por USD	Por Peso
México	4.37%	0.060%	11.5123	1.0000
Colombia	6.70%	2.280%	2,699.5800	0.0043
Venezuela	22.34%	4.410%	1,920.0000	0.0060
Brasil	5.51%	1.370%	3.1075	3.7047
Argentina	4.89%	1.810%	2.9600	3.8893



Información de la acción

Bolsa Mexicana de Valores
Ticker: KOFL

NYSE (ADR)
Ticker: KOF

Razón de KOF L por KOF = 10:1

Información adicional:

Relaciones con Inversoristas

Alfredo Fernández
afernandez@kof.com.mx
(5255) 5081-5120 / 5121

Julieta Naranjo
jnaranjo@kof.com.mx
(5255) 5081-5148

Página web:
www.cocacola-femsa.com.mx

2004 RESULTADOS DEL SEGUNDO TRIMESTRE

	Segundo Trimestre		Segundo Trimestre	
	2004	2003 ⁽¹⁾	2004	2003
Ingresos Totales	11,074	9,462	% de Ing Totales	
Utilidad Bruta	5,425	4,691	49.0%	49.6%
Utilidad de Operación	1,749	1,837	15.8%	19.4%
Utilidad Neta Mayoritaria ⁽²⁾	1,724	397	15.6%	4.2%
Cargos Virtuales	582	490	5.3%	5.2%
<hr/>				
Deuda Total ⁽³⁾	26,692	29,566		
Utilidad por acción	0.93	0.31		
Acciones en circulación	1,846.0	1,292.9		

Expresado en millones de Pesos mexicanos⁽¹⁾ de Poder Adquisitivo al 30 de junio de 2004

(1) Incluye tres meses de los territorios de KOF originales y dos meses de nuestros nuevos territorios adquiridos de Panamá

(2) Incluye ingreso extraordinario por el monto de Ps.1,175 millones.

(3) Información a Diciembre de 2003

- Ingresos totales fueron de Ps.11,074.0 millones.
- Utilidad operativa fue de Ps.1,748.5 millones con un margen operativo de 15.8%.
- Utilidad neta mayoritaria antes de partidas extraordinarias fue de Ps.549.0 millones, resultando en Ps.0.297 de utilidad por acción.
- Deuda total al final del trimestre fue de U.S.\$2,318.6 millones.

Ciudad de México (28 de julio 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 segundo trimestre y el primer semestre de 2004.

"Hemos operado nuestros nuevos territorios por poco más de un año. Durante este periodo nos hemos enfocado a fortalecer nuestra ejecución en el mercado y a lo largo de la cadena de valor. Hemos identificado e implementado exitosamente mejores prácticas operativas las cuales nos han apoyado a alcanzar mejores niveles de eficiencia tanto en manufactura como en distribución. A pesar de un ambiente competitivo más complejo en México, nuestras estrategias de segmentación de precios y productos están fortaleciendo nuestro portafolio de marcas. Estamos en el camino correcto para crear continuamente valor para nuestros accionistas" comentó Carlos Salazar, Director General de la Compañía.

RESULTADOS CONSOLIDADOS

Nuestros ingresos consolidados fueron de Ps.11,074.0 millones para el segundo trimestre de 2004. El precio promedio por caja unidad fue de Ps.24.26 (U.S.\$2.11)² y la utilidad operativa consolidada fue de Ps.1,748.5 millones, resultando en un 15.8% de margen de utilidad.

Durante el segundo trimestre de 2004, el costo integral de financiamiento fue de Ps.813.6 millones. Este refleja mayores gastos de intereses acumulados relacionados con la deuda adicional incurrida y asumida en conexión con la adquisición de Panamco, y por la depreciación del peso mexicano frente al U.S. dólar, año contra año, aplicada a nuestra deuda denominada en U.S. dólares.

Durante el segundo trimestre de 2004, la tasa efectiva de impuestos fue de 36.3%. Esta tasa efectiva refleja una deducción no recurrente de pérdidas de ejercicios anteriores en nuestra división de Latincentro.

Nuestra utilidad neta mayoritaria consolidada, antes de partidas extraordinarias fue de Ps.549.0 millones para el segundo trimestre de 2004, resultando en Ps.0.297 (U.S.\$0.258 por ADS) de utilidad por acción ("UPA") calculada en base a 1,846 millones de acciones (cada ADS representa 10 acciones locales). Incluyendo partidas netas extraordinarias por Ps.1,175.0 millones resultado de un reembolso de impuestos neto de intereses y ajustes generados por un diferente criterio en la deducción de los enfriadores por un monto de Ps.83.5 millones³. Nuestra utilidad mayoritaria neta fue de Ps.1,724.0 millones, resultando en UPA de Ps.0.933 (U.S.\$0.811 por ADS).

BALANCE GENERAL

Al 30 de junio de 2004, el saldo en caja de Coca-Cola FEMSA era de Ps.2,389 millones (U.S.\$207.6 millones), la deuda total de corto plazo era de Ps.1,794 millones (U.S.\$155.9 millones), y la deuda de largo plazo fue de Ps.24,898 millones (U.S.\$2,163.2 millones).

Durante el segundo trimestre de 2004, la Compañía redujo U.S.\$148.7 millones de deuda total utilizando U.S.\$111 millones de efectivo en caja y de generación de flujo, y la diferencia, se debe a la depreciación sufrida en el tipo de cambio, utilizado para expresar en U.S. dólares, la deuda denominada en pesos mexicanos. En el segundo trimestre refinanciamos U.S.\$458.1 millones de la deuda de la Compañía con vencimientos entre 2005 y 2008. Para alcanzar esto, contratamos créditos bancarios por los montos de U.S.\$115 millones y Ps.3,000 millones con vencimientos entre 5 y 7 años.

Las siguientes tablas muestran la composición de la deuda por moneda y tasa de interés, así como los periodos de amortización de nuestra deuda, al 30 de junio de 2004:

Moneda	% Deuda Total	% Tasa de Interés Variable	Tasa Promedio ⁽¹⁾
U.S. dólares	37 %	26 %	6.66 %
Pesos mexicanos	61 %	32 %	8.61 %
Pesos colombianos	2 %	100 %	10.30 %

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

² Asume un tipo de cambio de Ps.11.5123 por U.S. dólar

³ En abril de 2004 la Suprema Corte de Justicia Mexicana publicó reglas específicas relacionadas al tratamiento de impuestos de ciertos activos en la industria de bebidas en México. De acuerdo con estas reglas, todo el equipo que va al mercado incluyendo los enfriadores, deben ser tratados como activos fijos con vida definida. En el pasado nosotros contabilizábamos para efectos fiscales este equipo como gasto durante el año en que era adquirido. La Compañía decidió hacer una provisión por el impacto estimado de estas nuevas reglas fiscales.



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

	U.S. dólares	Pesos mexicanos	Pesos colombianos
2004	\$ 153.4		
2005	7.3	Ps. 2,750.0	Col. 65,750
2006	214.0	1,298.8	45,000
2007	14.0	2,000.0	34,250
2008	6.8	3,750.0	
2009 en adelante	455.0	6,150.0	

⁽¹⁾Amortización de la deuda valuada a valor nominal al 30 de junio de 2004.

Estado de Cambios en la Situación Financiera Consolidado

Expresado en millones de Pesos mexicanos o U.S. dólares al 30 de junio de 2004

	Enero - Junio 2004	
	Ps.	USD⁽¹⁾
Utilidad neta del periodo	1,426	124
Cargos Virtuales	908	79
	2,334	203
Cambios en el capital de trabajo	(496)	(43)
RNGO⁽²⁾ antes de partidas extraordinarias	1,838	160
Partidas extraordinarias	1,175	102
RNGO⁽²⁾	3,013	262
Recursos netos utilizados en actividades de inversión	(696)	(60)
Pago de dividendos	(521)	(45)
Transacciones financieras	(2,817)	(245)
Otros	536	47
Decremento neto en efectivo	(485)	(42)
Efectivo al inicio del periodo	2,874	250
Efectivo al final del periodo	2,389	207

⁽¹⁾ Expresado en millones de dólares considerando un tipo de cambio de Ps. 11.5123 por dólar

⁽²⁾ Recursos netos generados por la operación

RESULTADOS DE OPERACIÓN 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 segundo 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.

Como mencionamos en nuestro comunicado de prensa del cuarto trimestre de 2003 diversos ajustes contables fueron registrados durante ese trimestre impactando los resultados del año completo. Estos ajustes fueron relacionados con i) el reembolso del impuesto especial a productos y servicios en México, ii) incremento de la vida útil de los enfriadores en nuestros territorios originales en México de 3 a 5 años, y iii) cambios en las políticas contables relacionadas con el tratamiento de las botellas y cajas en los países que comprenden la división de Latincentro.

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

RESUMEN DEL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2004:

	<i>Volumen (MCU)</i>	<i>% Total</i>	<i>Utilidad de Operación (millones)</i>	<i>% Total</i>	<i>% Margen de Operación</i>
México	257.0	56.6%	Ps. 1,368.2	78.2%	20.4%
Centroamérica	26.8	5.9%	84.5	4.8%	9.8%
Colombia	40.0	8.8%	87.1	5.0%	9.9%
Venezuela	40.6	8.9%	78.7	4.5%	7.1%
Brasil	58.7	12.9%	58.9	3.4%	6.0%
Argentina	31.4	6.9%	71.3	4.1%	13.2%
Total	454.5	100.0%	Ps.1,748.5	100.0%	15.8%

RESUMEN DEL PRIMER SEMESTRE DE 2004:

	<i>Volumen (MCU)</i>	<i>% Total</i>	<i>Utilidad de Operación (millones)</i>	<i>% Total</i>	<i>% Margen de Operación</i>
México	485.2	54.1%	Ps.2,550.8	76.6%	19.9%
Centroamérica	53.3	6.0%	192.4	5.8%	11.1%
Colombia	81.5	9.1%	124.4	3.7%	7.1%
Venezuela	81.5	9.1%	149.2	4.5%	6.9%
Brasil	125.2	14.0%	136.3	4.1%	6.7%
Argentina	68.5	7.7%	178.0	5.3%	15.1%
Total	895.2	100.0%	Ps.3,331.1	100.0%	15.4%

RESULTADOS DE OPERACIÓN EN MÉXICO

Ingresos

Los ingresos en nuestros territorios mexicanos fueron de Ps.6,709.8 millones en el segundo trimestre de 2004. El precio promedio por caja unidad fue de Ps.25.98 (U.S.\$2.26). Excluyendo el el volumen de *Ciel* en presentaciones de 5.0, 19.0 y 20.0-litros nuestro precio promedio fue de Ps.29.85 (U.S.\$2.59). Un cambio en la mezcla de presentaciones personales hacia presentaciones familiares fue la principal razón de nuestra reducción en precio.

Durante el trimestre, experimentamos el efecto combinado de temperaturas más bajas y niveles de precipitación más altos, especialmente en el valle de México en el mes de mayo. Como resultado nuestro volumen de ventas de refrescos cayó 1.7% comparado con el mismo periodo de 2003. Nuestro volumen de ventas total fue de 257.0 millones de cajas unidad ("MCU"), una caída de 6.0% comparado con el segundo trimestre de 2003, debido principalmente a la disminución en el volumen de ventas de agua en garrafón.

Lanzamos *Manzana Lift Goleen*, *Nestea Light* y *Fanta Naranja con Chamoy*, ambas extensiones de línea de productos de nuestro portafolio existente, como parte de nuestra estrategia de ofrecer continuamente nuevos sabores y opciones a nuestros consumidores.

Utilidad de Operación

Nuestra utilidad bruta fue de Ps.3,554.4 millones, un margen de 53% como porcentaje a ventas en el segundo trimestre de 2004. Durante el trimestre experimentamos incrementos en los costos de endulzantes y de PET, comparados con el primer de 2003, además de la depreciación del peso mexicano frente al U.S. dólar aplicado a nuestros materiales de empaque que están denominados en U.S. dólares.

La utilidad operativa fue de Ps.1,368.2 millones, resultando en un margen de operación de 20.4%. Mayor absorción de los gastos fijos debido al crecimiento en el volumen por la estacionalidad del negocio, compensó mayores gastos de mercadotecnia en el trimestre como resultado de la estacionalidad del mismo.

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

Ingresos

Los ingresos totales de nuestros territorios centroamericanos alcanzaron Ps.866.3 millones en el segundo trimestre de 2004. El precio promedio por caja unidad fue de Ps.32.26 (U.S.\$2.80), debido a incrementos de precio implementados el primer trimestre de 2004 en Costa Rica y Guatemala. En el segundo trimestre de 2004, el volumen de ventas total en los territorios de Centroamérica incrementó 1.1% a 26.8 MUC comparado con el mismo periodo de 2003, impulsado por el crecimiento de volumen en Guatemala. El volumen de ventas de *Coca-Cola* y *Coca-Cola Light* representó el 60% del volumen incremental de la región.

En el segundo trimestre de 2004 lanzamos *Taí*, una marca de protección de valor en multi-sabores, en presentación de 2.0 Lt Pet en Costa Rica para ofrecer a nuestros consumidores una nueva alternativa a un precio más accesible.

Utilidad de Operación

Durante el segundo trimestre de 2004 nuestra utilidad bruta fue de Ps.431.5 millones resultando en un margen bruto de 49.8%. En este periodo la compañía experimentó incrementos en los precios de insumos estratégicos comparado con el primer trimestre de 2004. La utilidad de operación fue de Ps.84.5 millones, resultando en un margen de operación de 9.8%. Durante el trimestre la compañía experimentó gastos de administración mayores debido a incrementos salariales que fueron parcialmente compensados por la reducción en el gasto de mercadotecnia.

RESULTADOS DE OPERACIÓN EN COLOMBIA

Ingresos

En Colombia, los ingresos totales fueron de Ps.881.8 millones en el segundo trimestre de 2004. El precio promedio por caja unidad fue de Ps.22.05 (U.S.\$1.92), incrementando con respecto al primer trimestre de 2004 debido al 14% de incremento de precios promedio implementado en mayo de 2004. El volumen de ventas de refrescos permaneció prácticamente sin cambio comparado con el segundo trimestre de 2003, el 4.4% del crecimiento en el volumen de la categoría de colas más que compensó la caída en los volúmenes de refrescos de sabores. La implementación de estrategias de administración de ingresos con el objetivo de incrementar la rentabilidad del negocio de agua ocasionó la caída del 17% del volumen de ventas de agua embotellada.

Utilidad de Operación

Durante el segundo trimestre de 2004, la utilidad bruta fue de Ps.405.6 millones, resultando en un 46.0% de margen bruto. La utilidad de operación fue de Ps. 87.1 millones, un 9.9% de margen de operación. Durante el trimestre la compañía experimentó menores gastos de mercadotecnia debido a estrategias coordinadas con The Coca-Cola Company.

RESULTADOS DE OPERACIÓN EN VENEZUELA

Ingresos

En Venezuela los ingresos totales fueron de Ps.1,105.3 millones en el segundo trimestre de 2004, y nuestro precio promedio por caja unidad fue de Ps.27.22 (U.S.\$2.36) como resultado del 14% de incremento de precios ponderado implementado a fines de marzo de este año. A pesar del incremento de precios, nuestro volumen de ventas incrementó 7.4% comparado con el segundo trimestre de 2003, debido principalmente al 18% de incremento en el volumen de refrescos de sabores el cual representó el 70% del volumen incremental. En el segundo trimestre de 2004, lanzamos una presentación de 3.1 Lt para la marca *Grapette*, nuestra marca de protección de valor en Venezuela, para ofrecer a nuestros consumidores una nueva alternativa a un precio más accesible

Utilidad de Operación

Durante el segundo trimestre de 2004, nuestra utilidad bruta fue de Ps.466.5 millones resultando en 42.2% de margen bruto. Durante el trimestre continuamos experimentando incremento en los precios de insumos estratégicos debido a la devaluación del bolívar venezolano respecto al U.S. dólar. Adicionalmente, el gasto de ventas y administración fue impactado por incrementos salariales en línea con la inflación implementados durante el trimestre. Estas presiones de costos fueron compensadas por mayores ingresos debido al incremento en el precio promedio por caja unidad. Nuestra utilidad de operación fue de Ps.78.7 millones, un 7.1% de margen de utilidad de operación.

RESULTADOS DE OPERACIÓN EN BRASIL

Ingresos

En Brasil nuestros ingresos totales fueron de Ps.980.2 millones para el segundo trimestre de 2004. Nuestro precio promedio fue de Ps. 16.62 (U.S.\$1.44) como resultado de incremento de precios implementado en el trimestre y un cambio favorable en la mezcla de ventas.

Durante el segundo trimestre de 2004, el volumen de ventas de refrescos en nuestros territorios brasileños incrementó 4.6% comparado con el mismo periodo de 2003, debido al 9.6% de incremento de la categoría de colas. Este es el primer trimestre que el volumen de ventas de refrescos muestra crecimiento desde que tomamos las operaciones en Brasil. Mayores volúmenes de ventas, como porcentaje de ventas en el canal tradicional, el cual es más rentable, combinado con una mejor administración de ingresos y empaques por canal y un fuerte enfoque a la marca *Coca-Cola*, contribuyeron a este resultado.

Utilidad de Operación

Durante el segundo trimestre de 2004, nuestra utilidad bruta fue de Ps.370.1 millones, resultando en un margen de 37.8% el cual reflejó ahorros alcanzados por el cierre de una planta y menores costos de edulcorantes. Nuestros gastos operativos en términos absolutos bajaron respecto al primer trimestre de este año como resultado de mejores prácticas operativas, incluyendo el hacer directamente algunas actividades que anteriormente se hacían a través de terceros y la implementación de estrategias para la reducción de costos. La utilidad de operación de segundo trimestre fue de Ps.58.9 millones, resultando en un 6.0% de margen de operación.

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

Nuestros ingresos totales fueron de Ps.541.8 millones, un 18.7% de incremento respecto al mismo periodo de 2003 y nuestro precio promedio por caja unidad creció 2.2% a Ps.16.59 (U.S.\$1.44) como resultado de incrementos de precio implementados en el trimestre.

En el segundo trimestre de 2004 nuestro volumen de ventas total fue de 31.4 MCU, un 15.9% de incremento respecto al mismo periodo de 2003, debido principalmente a *Coca-Cola* y *Coca-Cola Light*, las cuales representaron más del 45% del volumen incremental y al incremento en el volumen de ventas de las presentaciones retornables, las cuales fueron el 27.4% del volumen total comparado con el 24.6% que fueron en el mismo periodo de 2003.

Utilidad de Operación

Nuestra utilidad bruta como porcentaje a ventas incrementó 450 puntos base, de 34.6% en el segundo trimestre de 2003 a 39.1% en el segundo trimestre de 2004. Esta mejora fue principalmente el resultado de un cambio favorable en la mezcla hacia presentaciones retornables y menores costos de edulcorantes, comparados con el segundo trimestre de 2003.

En Argentina, nuestros gastos de operación como porcentaje de ventas totales decreció 510 puntos base, de 31.0% en el segundo trimestre de 2003 a 25.9% en el segundo trimestre de 2004. Esta mejora resultó por una mayor absorción de los gastos fijos debido al 15.9% de incremento en los volúmenes de ventas. Durante el segundo trimestre de 2004 la utilidad de operación de nuestros territorios en Argentina fue de Ps.71.3 millones y el margen de utilidad de operación creció a 13.2%, un incremento de 960 puntos base comparado con el segundo trimestre de 2003.

RESUMEN DE LOS RESULTADOS DE LOS SEIS MESES

Para los seis meses terminados el 30 de junio de 2004, nuestro volumen de ventas consolidado fue de 895.2 MCU. La caída de volumen de nuestras operaciones en México, Colombia y Brasil fue compensada por el crecimiento del resto de los territorios durante los primeros seis meses del año.

Durante el primer semestre de 2004, nuestros ingresos totales fueron de Ps.21,642.5 millones, un precio promedio por caja unidad consolidado de Ps.24.04 (U.S.\$2.07). Nuestro margen bruto como porcentaje a las ventas totales fue de 48.7% para el primer semestre de 2004. La utilidad de operación fue de Ps.3,331.1 millones, 15.4% como porcentaje a ingresos totales durante el primer semestre de 2004.

La utilidad neta antes de partidas extraordinarias fue de Ps.1,426.2 millones para los primeros seis meses de 2004. La utilidad neta por acción fue de Ps.0.773 (U.S.\$0.671 por ADS) considerando 1,846.0 millones de acciones. La utilidad neta mayoritaria fue de Ps.2,601.2 millones resultando en una UPA de Ps.1.41 (U.S.\$1.22 por ADS).

EVENTOS RECIENTES:

- En mayo de 2004 la Compañía obtuvo de los tribunales mexicanos una resolución final favorable donde se le permite deducir la cantidad de Ps.3,049.0 millones de pesos derivados de la venta de acciones durante 2002. Como resultado de esta decisión, la Compañía esperaba recuperar Ps.1,330.3 millones de pesos, los cuales incrementaron la utilidad neta por Ps.1,258.5 millones de pesos en el segundo trimestre de 2004. Más del 85% de este incremento se recibirá en efectivo y el resto a través de deducciones impositivas.
- En junio de 2004 un grupo de inversionistas brasileños, entre ellos el Sr. José Luis Cutrale recientemente nombrado miembro de nuestro consejo de administración, hicieron una contribución al capital de nuestras operaciones brasileñas a manera de intercambio del 16.9% del valor del capital de estas operaciones. El Sr. Cutrale es un empresario brasileño con amplia experiencia en la industria de productos de consumo en Brasil, y un productor a nivel internacional de jugos de fruta con clientes alrededor del mundo, incluyendo a The Minute Maid Company, una división de The Coca-Cola Company.

INFORMACIÓN PARA LA CONFERENCIA TELEFÓNICA

La Conferencia telefónica del segundo trimestre de 2004 se llevará a cabo el miércoles 28 de julio de 2004 a las 11:00 a.m. E.T. (10:00 hora de México).

Para participar en la Conferencia telefónica, favor de marcar: U.S. locales: 888-396-2383. Internacional: 617-847-8711. Adicionalmente se transmitirá en vivo a través de internet en www.cocacola-femsa.com.mx

Si usted no puede participar en la Conferencia en tiempo real, una repetición de la misma estará disponible hasta el 6 de agosto 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 30 de junio 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 30 de junio de 2004. Además, todas las comparaciones para el segundo 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 7 páginas de tablas)

Balance Consolidado

Expresado en millones de Pesos mexicanos⁽¹⁾ de Poder Adquisitivo al 30 de junio de 2004

ACTIVO		Jun-04		Dic-03
Activos Circulantes				
Efectivo y Valores de Realiz. Inm.	Ps.	2,389	Ps.	2,874
Total Cuentas por Cobrar		2,819		2,967
Inventarios		2,427		2,257
Prepaid expenses		191		208
Total activos circulantes		7,826		8,306
Propiedad, Planta y Equipo				
Propiedad, Planta y Equipo		28,617		28,337
Depreciación Acumulada		-11,491		-10,935
Botellas y Cajas		946		992
Total Propiedad, Planta y Equipo		18,072		18,394
Inversión en acciones		515		525
Cargos diferidos, neto		1,269		1,364
Crédito mercantil, neto		34,594		34,270
TOTAL ACTIVO	Ps.	62,276	Ps.	62,859

PASIVO Y CAPITAL CONTABLE		Jun-04		Dic-03
Pasivo Circulante				
Deuda a corto plazo y documentos	Ps.	1,794	Ps.	3,051
Intereses por pagar		381		381
Proveedores		3,503		3,494
Otros Pasivos		2,421		2,795
Pasivo Circulante		8,099		9,721
Préstamos bancarios a largo plazo		24,898		26,515
Plan de pensiones, prima de antigüedad y otros		608		617
Otros pasivos		2,403		2,618
Total Pasivo		36,008		39,471
Capital Contable				
Interés Minoritario		649		167
Interés Mayoritario				
Capital Social		2,699		2,699
Prima en suscripción de acciones		11,546		11,546
Utilidades retenidas		11,633		9,764
Utilidad neta del periodo		2,601		2,391
Resultado acumulado por tenencia de activos no monetarios		-2,859		-3,178
Total interés mayoritario		25,620		23,222
Total capital contable		26,269		23,389
TOTAL PASIVO Y CAPITAL	Ps.	62,277	Ps.	62,860

ESTADO DE RESULTADOS

Expresado en millones de Pesos mexicanos⁽¹⁾ de Poder Adquisitivo al 30 de junio de 2004

	2T04	2T03 ⁽²⁾	ACUM04	ACUM03 ⁽²⁾
Volumen (millones de c.u.)	454.5	365.7	895.2	515.9
Precio promedio por Caja Unidad	24.26	25.70	24.04	26.58
Ventas netas	11,026.5	9,398.7	21,522.5	13,711.1
Otros ingresos de operación	47.5	63.4	120.0	117.0
Ingresos totales	11,074.0	9,462.1	21,642.5	13,828.1
Costo de ventas	5,648.9	4,770.8	11,110.7	6,877.0
Utilidad bruta	5,425.1	4,691.3	10,531.8	6,951.1
Gastos Administrativos	662.6	584.2	1,271.2	928.6
Gastos de Ventas	3,014.0	2,270.0	5,929.5	3,145.3
Gastos de operación	3,676.6	2,854.2	7,200.7	4,073.9
Utilidad de operación	1,748.5	1,837.1	3,331.1	2,877.2
Gastos financieros	634.2	395.7	1,213.9	494.9
Productos financieros	41.3	65.4	74.5	132.7
Gastos financieros, neto	592.9	330.3	1,139.4	362.2
Pérdida (ganancia) cambiaria	259.6	958.7	203.6	978.5
Pérd.(Gan). por posición monet.	(38.9)	(24.2)	(504.4)	(6.9)
Costo integral de financ.	813.6	1,264.8	838.6	1,333.8
Otros (prod.), gastos, neto	73.1	48.7	138.9	106.7
Utilidad antes de impuestos	861.8	523.6	2,353.6	1,436.7
Impuestos	312.8	126.5	927.4	548.5
Utilidad neta consolidada antes de partidas est	549.0	397.1	1,426.2	888.2
Partidas extraordinarias	1,175.0	-	1,175.0	-
Utilidad neta consolidada	1,724.0	397.1	2,601.2	888.2
Utilidad mayoritaria	1,724.0	397.1	2,601.2	877.8
Utilidad minoritaria	-	-	-	10.4
Cargos Virtuales ⁽³⁾	581.9	490.00	1,160.8	707.1

(1) Excepto volumen y precio promedio por caja unidad

(2) Incluye dos meses de nuestros nuevos territorios adquiridos de Panamco

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

Operaciones Mexicanas

Expresado en millones de Pesos mexicanos⁽¹⁾ de Poder Adquisitivo al 30 de junio de 2004

	2T04 % Ing		ACUM04 % Ing	
Volumen (millones de c.u.)	257.0		485.2	
Precio promedio por Caja Unidad	25.98		26.24	
Ventas netas	6,676.1		12,731.9	
Otros ingresos de operación	33.7		79.4	
Ingresos totales	6,709.8	100.0%	12,811.3	100.0%
Costo de ventas	3,155.4	47.0%	6,022.5	47.0%
Utilidad bruta	3,554.4	53.0%	6,788.8	53.0%
Gastos Administrativos	401.5	6.0%	755.8	5.9%
Gastos de Ventas	1,784.7	26.6%	3,482.2	27.2%
Gastos de operación	2,186.2	32.6%	4,238.0	33.1%
Utilidad de operación	1,368.2	20.4%	2,550.8	19.9%
Cargos Virtuales ⁽²⁾	325.3	4.8%	664.5	5.2%

(1) Excepto volumen y precio promedio por caja unidad

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

Operaciones Centroamericanas

Expresado en millones de Pesos⁽¹⁾ de Poder Adquisitivo al 30 de junio de 2004

	2T04 % Ing		ACUM04 % Ing	
Volumen (millones de c.u.)	26.8		53.3	
Precio promedio por Caja Unidad	32.26		32.42	
Ventas netas	864.7		1,728.2	
Otros ingresos de operación	1.6		5.3	
Ingresos totales	866.3	100.0%	1,733.5	100.0%
Costo de ventas	434.8	50.2%	887.5	51.2%
Utilidad bruta	431.5	49.8%	846.0	48.8%
Gastos Administrativos	68.9	8.0%	131.8	7.6%
Gastos de Ventas	278.1	32.1%	521.8	30.1%
Gastos de operación	347.0	40.1%	653.6	37.7%
Utilidad de operación	84.5	9.8%	192.4	11.1%
Cargos Virtuales ⁽²⁾	78.9	9.1%	137.9	8.0%

(1) Excepto volumen y precio promedio por caja unidad

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

Operaciones Colombianas

Expresado en millones de Pesos⁽¹⁾ de Poder Adquisitivo al 30 de junio de 2004

	2T04 % Ing		ACUM04 % Ing	
Volumen (millones de c.u.)	40.0		81.5	
Precio promedio por Caja Unidad	22.05		21.60	
Ventas netas	881.8		1,760.6	
Otros ingresos de operación	-		-	
Ingresos totales	881.8	100.0%	1,760.6	100.0%
Costo de ventas	476.2	54.0%	957.3	54.4%
Utilidad bruta	405.6	46.0%	803.3	45.6%
Gastos Administrativos	46.6	5.3%	96.4	5.5%
Gastos de Ventas	271.9	30.8%	582.4	33.1%
Gastos de operación	318.5	36.1%	678.8	38.6%
Utilidad de operación	87.1	9.9%	124.5	7.1%
Cargos Virtuales ⁽²⁾	73.1	8.3%	142.5	8.1%

(1) Excepto volumen y precio promedio por caja unidad

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

Operaciones Venezolanas

Expresado en millones de Pesos⁽¹⁾ de Poder Adquisitivo al 30 de junio de 2004

	2T04 % Ing		ACUM04 % Ing	
Volumen (millones de c.u.)	40.6		81.5	
Precio promedio por Caja Unidad	27.22		26.49	
Ventas netas	1,105.3		2,159.2	
Otros ingresos de operación	0.5		1.0	
Ingresos totales	1,105.8	100.0%	2,160.2	100.0%
Costo de ventas	639.3	57.8%	1,272.7	58.9%
Utilidad bruta	466.5	42.2%	887.5	41.1%
Gastos Administrativos	65.4	5.9%	122.8	5.7%
Gastos de Ventas	322.4	29.2%	615.5	28.5%
Gastos de operación	387.8	35.1%	738.3	34.2%
Utilidad de operación	78.7	7.1%	149.2	6.9%
Cargos Virtuales ⁽²⁾	53.4	4.8%	113.6	5.3%

(1) Excepto volumen y precio promedio por caja unidad

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

Operaciones Brasileñas

Expresado en millones de Pesos⁽¹⁾ de Poder Adquisitivo al 30 de junio de 2004

	2T04 % Ing		ACUM04 % Ing	
Volumen (millones de c.u.)	58.7		125.2	
Precio promedio por Caja Unidad	16.62		16.15	
Ventas netas	975.4		2,021.9	
Otros ingresos de operación	4.8		7.3	
Ingresos totales	980.2	100.0%	2,029.2	100.0%
Costo de ventas	610.1	62.2%	1,255.0	61.8%
Utilidad bruta	370.1	37.8%	774.2	38.2%
Gastos Administrativos	71.6	7.3%	154.9	7.6%
Gastos de Ventas	239.6	24.4%	483.0	23.8%
Gastos de operación	311.2	31.7%	637.9	31.4%
Utilidad de operación	58.9	6.0%	136.3	6.7%
Cargos Virtuales ⁽²⁾	20.2	2.1%	40.1	2.0%

(1) Excepto volumen y precio promedio por caja unidad

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

Operaciones Argentinas

Expresado en millones de Pesos⁽¹⁾ de Poder Adquisitivo al 30 de junio de 2004

	2T04 % Ing		2T03 % Ing		ACUM04 % Ing		ACUM 03 % Ing	
Volumen (millones de c.u.)	31.4		27.1		68.5		58.7	
Precio promedio por Caja Unidad	16.59		16.24		16.36		16.05	
Ventas netas	520.9		440.1		1,120.7		942.0	
Otros ingresos de operación	20.9		16.4		54.8		52.7	
Ingresos totales	541.8	100.0%	456.5	100.0%	1,175.5	100.0%	994.7	100.0%
Costo de ventas	330.2	60.9%	298.4	65.4%	715.8	60.9%	649.3	65.3%
Utilidad bruta	211.6	39.1%	158.1	34.6%	459.7	39.1%	345.4	34.7%
Gastos Administrativos	23.1	4.3%	28.8	6.3%	37.2	3.2%	59.2	6.0%
Gastos de Ventas	117.2	21.6%	112.9	24.7%	244.5	20.8%	227.7	22.9%
Gastos de operación	140.3	25.9%	141.7	31.0%	281.7	24.0%	286.9	28.8%
Utilidad de operación	71.3	13.2%	16.4	3.6%	178.0	15.1%	58.5	5.9%
Cargos Virtuales ⁽²⁾	31.0	5.7%	45.6	10.0%	62.1	5.3%	92.4	9.3%

(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

INFORMACION RELEVANTE

Por los tres meses terminados en junio 2004

Expresado en millones de pesos mexicanos en poder adquisitivo al 30 de junio de 2004

2T 2003	
Inv. Activos fijos	528.4
Depreciación	259.8
Amortización & Otros	230.2

2T 2004	
Inv. Activos fijos	296.3
Depreciación	297.7
Amortización & Otros	284.2

VOLUMEN (MCU)

Expresado en millones de cajas unidad

	2T 2003					
	Colas	Sabores	Agua	Cerveza	Otros	Total
Mexico (1)	159.0	49.4	63.2	0.0	1.8	273.4
Centroamerica	18.3	6.6	1.1	0.0	0.5	26.5
Colombia	25.2	9.1	6.4	0.0	0.1	40.8
Venezuela	21.6	11.1	3.0	0.0	2.1	37.8
Brazil	30.3	13.6	2.2	10.5	0.3	56.9
Argentina	19.7	7.0	0.3	0.0	0.1	27.1
Total	274.1	96.8	76.2	10.5	4.9	462.5

	2T 2004					
	Colas	Sabores	Agua	Cerveza	Otros	Total
Mexico (1)	153.4	51.4	50.8	0.0	1.4	257.0
Centroamerica	18.5	6.8	1.1	0.0	0.4	26.8
Colombia	26.3	8.3	5.3	0.0	0.1	40.0
Venezuela	21.5	13.1	3.6	0.0	2.4	40.6
Brazil	33.2	12.7	2.5	9.9	0.4	58.7
Argentina	21.6	9.3	0.3	0.0	0.2	31.4
Total	274.5	101.6	63.6	9.9	4.9	454.5

(1) El volumen de agua incluye 3.2 MCU y 2.7 MCU de Ciel en 5.0 Lt en el 2T2003 y en el 2T2004, respectivamente.

MEZCLA POR PRESENTACION

Como porcentaje de volumen total

	2T 2003			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafon
Mexico (1)	27.5	54.0	1.2	17.3
Centroamerica	50.2	44.5	5.3	-
Colombia	54.2	35.8	3.1	6.9
Venezuela	37.3	56.8	2.7	3.2
Brazil	12.9	82.5	4.6	-
Argentina	24.6	71.2	4.2	-

	2T 2004			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafon
Mexico (1)	28.3	55.7	1.3	14.7
Centroamerica	49.5	46.1	4.4	-
Colombia	51.3	38.8	3.5	6.4
Venezuela	31.1	61.9	2.8	4.2
Brazil	11.5	85.1	3.4	-
Argentina	27.4	68.8	3.8	-

Por los seis meses terminados en junio 2004

Expresado en millones de pesos mexicanos en poder adquisitivo al 30 de junio de 2004

1S 2003	
Inv. Activos fijos	892.7
Depreciación	385.9
Amortización & Otros	321.2

1S 2004	
Inv. Activos fijos	704.4
Depreciación	610.5
Amortización & Otros	550.3

VOLUMEN (MCU)

Expresado en millones de cajas unidad

	1S 2003					
	Colas	Sabores	Agua	Cerveza	Otros	Total
Mexico (1)	292.4	92.5	113.4	0.0	3.3	501.6
Centroamerica	34.9	13.0	2.2	0.0	1.0	51.1
Colombia	52.3	18.7	13.9	0.0	0.1	85.0
Venezuela	38.1	19.0	5.4	0.0	3.5	66.0
Brazil	67.5	32.1	5.1	22.2	0.9	127.8
Argentina	41.8	16.0	0.7	0.0	0.2	58.7
Total	527.0	191.3	140.7	22.2	9.0	890.2

	1S 2004					
	Colas	Sabores	Agua	Cerveza	Otros	Total
Mexico (1)	292.4	95.3	95.2	0.0	2.3	485.2
Centroamerica	36.5	13.7	2.3	0.0	0.8	53.3
Colombia	52.8	17.2	11.2	0.0	0.3	81.5
Venezuela	44.3	25.1	7.2	0.0	4.9	81.5
Brazil	70.3	27.6	5.7	20.8	0.8	125.2
Argentina	46.9	20.8	0.6	0.0	0.2	68.5
Total	543.2	199.7	122.2	20.8	9.3	895.2

(1) El volumen de agua incluye 6.2 MCU y 4.8 MCU de Ciel en 5.0 Lt en el 1S2003 y en el 1S2004, respectivamente.

MEZCLA POR PRESENTACION

Como porcentaje de volumen total

	1S 2003			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafon
Mexico (1)	27.3	54.4	1.3	17.0
Centroamerica	50.0	44.4	5.6	-
Colombia	53.2	36.6	2.9	7.3
Venezuela	35.7	58.5	2.6	3.2
Brazil	11.7	84.2	4.1	-
Argentina	23.7	72.3	4.0	-

	1S 2004			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafon
Mexico (1)	28.5	55.5	1.3	14.7
Centroamerica	50.1	45.5	4.4	-
Colombia	52.3	37.8	3.3	6.6
Venezuela	31.6	61.5	2.7	4.2
Brazil	10.8	86.1	3.1	-
Argentina	27.5	68.9	3.6	-

Jun-04

Información macroeconómica

	INFLACIÓN			TIPO DE CAMBIO (Por U.S. Dolar)*
	12M	Acum Año	2Q04	
México	4.37%	1.63%	0.06%	11.51
Colombia	6.70%	5.22%	2.28%	2,699.58
Venezuela	22.34%	11.04%	4.41%	1,920.00
Brasil	5.51%	3.12%	1.37%	3.11
Argentina	4.89%	2.63%	1.81%	2.96

* Tipo de cambio al 30 de Junio de 2004