

PARA DISTRIBUCIÓN INMEDIATA



CONTACTOS:

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

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

Arturo Ballester / (52) 81 83 28 61 89 / arturo.ballester@femsa.com.mx

## FEMSA REPORTA RESULTADOS PARA EL PRIMER TRIMESTRE DEL 2003

**Crecen ingresos totales y utilidad de operación 4.7% respecto al mismo periodo del 2002, llegando a 12,530 millones de pesos y 1,707 millones de pesos respectivamente.**

Monterrey, México, abril 30, 2003 — Fomento Económico Mexicano S.A. de C.V. (“FEMSA” (BMV: FEMSA UBD, FEMSA UB; NYSE: FMX), la empresa de bebidas líder en Latinoamérica, reportó hoy crecimientos en ingreso total y utilidad de operación consolidados para el primer trimestre terminado el 31 de marzo del 2003.

| <b>FEMSA y Subsidiarias</b>                            |                                  |                           |                       |              |
|--|----------------------------------|---------------------------|-----------------------|--------------|
| Crecimiento respecto al mismo periodo del año anterior |                                  |                           |                       |              |
|  | Cambios en %, en términos reales |                           |                       |              |
|  | <b>Ingresos Totales</b>          | <b>Utilidad de Oper.*</b> | <b>Margen Oper.**</b> |              |
|  | 1 Tri 03                         | 1 Tri 03                  | 1 Tri 03              | cambio       |
| <b>FEMSA Consolidado</b>                               | <b>4.7 %</b>                     | <b>4.7 %</b>              | <b>13.6 %</b>         | <b>0 bps</b> |
| FEMSA Cerveza  | (2.4)                            | (2.4)                     | 11.5                  | 0            |
| Coca-Cola FEMSA  | 0.8                              | 5.2                       | 24.0                  | + 100        |
| FEMSA Comercio   | 20.7                             | 3.9                       | 3.2                   | (50)         |
| FEMSA Empaques   | 7.1                              | 29.4                      | 13.6                  | + 230        |

\* Antes de servicios corporativos en el caso de FEMSA Cerveza, FEMSA Comercio y FEMSA Empaques

\*\* Margen de Operación es la razón de Utilidad de Operación a Ingresos Totales; cambio en puntos base

“Una vez más nuestros resultados consolidados son positivos y continuamos con nuestra tendencia de crecimiento en ingresos y utilidades de operación. Más allá de los resultados de corto plazo, la prioridad es seguir invirtiendo en la transformación de nuestros principales negocios. El enfoque en los últimos años para fortalecer nuestras operaciones y estructura financiera está dando resultados con la culminación de la compra de Panamco. Esta transacción consolida a FEMSA como una de las compañías más exitosas de México, así como la empresa de bebidas líder en América Latina. En FEMSA nos hemos dirigido con una visión de largo plazo, enfoque a resultados y disciplina operativa y financiera. Gracias a ello, ahora contamos con una probada trayectoria, pero estamos conscientes de los retos por enfrentar. Seguiremos trabajando hasta aprovechar al máximo el potencial que nos ofrece esta nueva etapa,” afirmó José Antonio Fernández Carbajal, presidente y director general de FEMSA.

## **RESULTADOS FINANCIEROS NO AUDITADOS PARA EL PRIMER TRIMESTRE TERMINADO EL 31 DE MARZO DEL 2003 COMPARADOS AL PRIMER TRIMESTRE TERMINADOS EL 31 DE MARZO DEL 2002.**

### **FEMSA Consolidado**

#### ***Ingresos Totales***

En el primer trimestre del 2003, nuestros ingresos totales consolidados crecieron 4.7%, llegando a 12,530 millones de pesos. Nuestras subsidiarias operativas mantuvieron su tendencia de crecimiento en ingresos durante el primer trimestre del 2003, con excepción de FEMSA Cerveza, en donde disminuyeron 2.4% como consecuencia de la débil demanda registrada en sus principales territorios. FEMSA Comercio abrió 61 tiendas Oxxo (neto de cierres) en el periodo, FEMSA Empaques se benefició por una mayor demanda de latas de bebidas y por un efecto favorable en la paridad peso-dólar, mientras que Coca-Cola FEMSA logró un sólido crecimiento en volúmenes.

#### ***Utilidad de Operación***

En el primer trimestre del 2003, nuestros gastos de operación consolidados aumentaron 0.8% a 4,202 millones de pesos, resultado de una reducción en los gastos administrativos proveniente principalmente de menores gastos de nómina, y un ligero aumento en los gastos de venta por debajo del crecimiento en ventas. Como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de operación se redujeron 140 puntos base a 33.5%. Nuestra utilidad de operación consolidada (después de la participación en los resultados de compañías asociadas) aumentó 4.7% a 1,707 millones de pesos y el margen de operación consolidado se mantuvo constante a 13.6% de los ingresos totales consolidados.

#### ***Gasto Financiero Neto***

El gasto financiero neto consolidado aumentó 71.4% a 144 millones de pesos en el primer trimestre del 2003. Este aumento respecto al primer trimestre del 2002 muestra el efecto neto de: (i) un incremento de 68.4% en los gastos financieros reflejando mayores pasivos promedio y el efecto de la depreciación del peso contra el dólar en nuestros pasivos netos en dólares, lo cual fue compensado solo parcialmente por menores tasas de interés promedio, y (ii) un aumento de 66.1% en el producto financiero como resultado de una posición de caja promedio mayor.

#### ***Fluctuación Cambiaria y Resultado por Posición Monetaria***

***Fluctuación Cambiaria.*** En el primer trimestre del 2003 registramos una pérdida por fluctuación cambiaria de 156 millones de pesos comparada con una ganancia por fluctuación cambiaria de 236 millones registrada en el mismo periodo del 2002. El peso se devaluó 3.2% contra el dólar en el periodo de diciembre del 2002 a marzo del 2003. Nuestros pasivos netos promedio en dólares aumentaron ligeramente sobre el monto registrado en el primer trimestre del 2002.

***Posición Monetaria.*** En el primer trimestre del 2003 la pérdida por posición monetaria ascendió a 12 millones de pesos, principalmente vinculada a (i) nuestra mayor posición neta

en activos en México y (ii) al cambio en la política contable ocurrido durante el tercer trimestre del 2002, cuando discontinuamos el uso de nuestra inversión en Coca-Cola FEMSA Buenos Aires como cobertura para los pasivos incurridos para la compra de este activo, como se ha mencionado en comunicados anteriores.

### ***Impuestos***

En el primer trimestre del 2003 registramos impuesto sobre la renta, impuesto al activo y participación de los trabajadores en las utilidades (“impuestos”) por 624 millones de pesos, una reducción de 17.5% respecto al primer trimestre del 2002. La tasa efectiva de impuestos fue de 48.6% durante el periodo, y resultó principalmente de ciertos renglones no-deducibles y no-recurrentes.

### ***Utilidad Neta***

En el primer trimestre del 2003 nuestra utilidad neta consolidada fue de 659 millones de pesos, una disminución de 41.9% sobre los 1,134 millones de pesos registrados en el primer trimestre del 2002. Los cargos no-operativos que impactaron este resultado, como se ha descrito, son principalmente (i) un mayor gasto financiero reflejando un mayor balance de deuda neta, (ii) una pérdida cambiaria significativa en función de la devaluación del peso contra el dólar, y (iii) una mayor tasa impositiva.

### ***Utilidad Neta Mayoritaria Consolidada***

La utilidad neta mayoritaria consolidada fue de 401 millones de pesos para el primer trimestre del 2003, comparada con 690 millones de pesos registrados en el primer trimestre del 2002. La utilidad neta mayoritaria por Unidad de FEMSA fue de 0.3785 pesos para el primer trimestre del 2003, comparada con 0.6513 pesos registrados en el primer trimestre del 2002.

## **FEMSA Cerveza**

En el primer trimestre del 2003 los ingresos totales de FEMSA Cerveza ascendieron a 4,542 millones de pesos, lo que representa una disminución de 2.4% comparado al mismo periodo del año anterior, como resultado de un decremento de 1.8% en el volumen de ventas total y una disminución de 0.8% en el precio promedio total por hectolitro en términos reales. El volumen nacional disminuyó 1.8% a 4.841 millones de hectolitros, como consecuencia de la baja demanda observada durante los meses de enero y febrero que fue parcialmente compensada por una recuperación significativa en marzo. No se efectuó ningún aumento de precios durante el primer trimestre del 2003, lo cual también explica la disminución de 1.5% en el precio promedio nacional por hectolitro en términos reales. En general, continuamos observando un mercado de consumo relativamente débil en la región norte del país, caracterizado por menor empleo y descenso en la actividad comercial. Sin embargo, hemos seguido inyectando apoyo proactivo a todas nuestras marcas mediante iniciativas integrales de mercadotecnia; ejemplos de los resultados incluyen a *Sol* e *Indio*, las cuales han continuado sus alentadoras tendencias de crecimiento en volumen. El volumen de ventas de exportación disminuyó 1.8%, reflejando un incremento moderado en el volumen vendido en los Estados Unidos el cual fue contrarrestado por disminuciones estacionales en otras

regiones del mundo. Los ingresos de exportación se han beneficiado por la devaluación de la divisa, registrando un crecimiento de 12.7% en el precio promedio por hectolitro en términos reales.

En el primer trimestre del 2003, la utilidad bruta de FEMSA Cerveza disminuyó 2.7% comparada al primer trimestre del 2002. El margen bruto fue afectado por una menor absorción de costos fijos y por mayores costos de materia prima y materiales de empaque con precios denominados en dólares, resultante de la devaluación del peso contra el dólar de 19.8% en el periodo de marzo del 2002 a marzo del 2003. El margen bruto se contrajo 10 puntos base a 55.4% de las ventas netas. Los gastos de administración disminuyeron 0.5% a 565.4 millones de pesos y los gastos de venta disminuyeron 3.9% a 1,392 millones de pesos durante el periodo. La utilidad de operación de FEMSA Cerveza, antes de la deducción de servicios corporativos, disminuyó 2.4% a 520.2 millones de pesos en comparación al primer trimestre del 2002, resultando en un margen de operación, antes de la deducción del pago de servicios corporativos, idéntico al del mismo trimestre el año pasado, es decir 11.5% de los ingresos totales.

Durante el trimestre avanzamos consistentemente en la implementación de varios componentes de nuestro actual proceso de transformación en FEMSA Cerveza. Al 31 de marzo del 2003 contábamos con aproximadamente 76% de nuestro volumen nacional vendido a través de sistemas de preventa, al mismo tiempo que esta herramienta está brindando un gradual incremento en la efectividad de nuestra fuerza de ventas. La preventa también proporcionará más elementos de inteligencia comercial conforme continuemos la implementación de sistemas integradores, como el ERP, lo cual nos permitirá explotar al máximo la información que capturamos directamente del mercado.

## **Coca-Cola FEMSA**

El resultado de ventas de Coca-Cola FEMSA para el primer trimestre del 2003 fue impulsado por un buen desempeño de volúmenes, con crecimientos de 6.6% en México y de 7.6% en Argentina. Los territorios mexicanos registraron una disminución en el precio promedio por caja unidad de 6.2%, principalmente debido a (i) los ajustes de precios en las presentaciones de 2 litros de nuestros refrescos de sabor, (ii) el crecimiento de la marca de agua *Ciel* dentro de la mezcla de productos, particularmente tras la excelente aceptación de la presentación en garrafón de 5 litros, la cual lleva un menor precio por onza que los refrescos, y (iii) la introducción de la presentación económica de 2.5 litros retornable para la marca *Coca-Cola*. Las ventas totales en los territorios Mexicanos permanecieron al mismo nivel que en el primer trimestre del 2002.

Coca-Cola FEMSA Buenos Aires continuó encabezando una recuperación en ventas y rentabilidad. El crecimiento en volumen se cimentó en el buen desempeño de la categoría de colas y la sobresaliente migración hacia los envases de vidrio retornable, los cuales pasaron de 2.9% de la mezcla en el primer trimestre del 2002 a 22.9% en el primer trimestre del 2003. Este cambio también es responsable, en gran medida, de la reducción de 2.6% en el precio promedio por caja unidad, ya que las presentaciones retornables generalmente son

más económicas para el consumidor en términos de onza-por-onza. Los ingresos totales en el territorio argentino se incrementaron 7.3% en el primer trimestre del 2003. Los ingresos totales consolidados de Coca-Cola FEMSA incrementaron 0.8% a 4,150 millones de pesos en el primer trimestre del 2003.

La utilidad de operación consolidada de Coca-Cola FEMSA aumentó 5.2% durante el trimestre. En términos generales, los gastos de operación de Coca-Cola FEMSA reflejan una racionalización en los gastos de comercialización, así como una reducción en los gastos relacionados a publicidad y promociones. El margen de operación se expandió 100 puntos base en el trimestre llegando a 24.0% de los ingresos totales.

### ***Eventos Recientes***

Con relación al progreso de la transacción de la compra de Panamerican Beverages, Inc (NYSE: PB, "Panamco") por Coca-Cola FEMSA, mencionaremos los siguientes avances:

- Conclusión temprana del periodo de revisión bajo el U.S. Hart-Scott-Rodino Antitrust Improvements Act, anunciada el 5 de febrero del 2003.
- Aprobación de la Comisión Federal de Competencia para llevar a cabo la fusión en los territorios mexicanos, anunciada el 28 de marzo del 2003.
- Opinión legal favorable sobre temas competitivos emitida por el Ministerio Brasileño de Justicia, anunciada el 28 de marzo del 2003.
- Presentación definitiva de los documentos descriptivos a la Securities and Exchange Commission por parte de Coca-Cola FEMSA y Panamco el 28 de marzo del 2003.
- Avances significativos en la estructuración de los recursos financieros, incluyendo el exitoso pre-fondeo de 4,250 millones de pesos en Certificados Bursátiles el 23 de abril del 2003.
- Aprobación para cerrar la transacción otorgada por los accionistas de Panamco en la Asamblea General de Accionistas de Panamco celebrada el 28 de abril del 2003.

Para obtener mayores informes, favor de consultar los documentos presentados ante la Securities and Exchange Commission en el sitio de Internet de esta institución.

*Favor de consultar el reporte trimestral de Coca-Cola FEMSA en los anexos. Se notifica que las cifras y comentarios expresados en este reporte no integran ninguna operación de Panamco y sus franquicias embotelladoras, ni consideraciones de financiamiento relacionadas a la transacción de compra. Esperamos cerrar la adquisición de Panamco por Coca-Cola FEMSA durante la primera semana de mayo.*

### **FEMSA Comercio**

Durante el primer trimestre del 2003 FEMSA Comercio continuó su ritmo de crecimiento sostenido, abriendo 61 nuevas tiendas Oxxo (neto de tiendas cerradas), comparado a 44 en el mismo periodo del 2002. En el primer trimestre del 2003, los ingresos totales de FEMSA Comercio crecieron 20.7% como resultado del crecimiento del número de tiendas, el cual incluye 454 tiendas más en este trimestre comparado con el mismo periodo del 2002. Las

ventas promedio por tienda con más de 18 meses de antigüedad disminuyeron 1.4% en el trimestre, debido principalmente a un efecto adverso del calendario observado durante el mes de marzo, ya que Semana Santa del 2002 ocurrió durante ese mes. La expansión de 50 puntos base en el margen bruto de FEMSA Comercio resultó principalmente de mejores términos en las negociaciones con proveedores, logradas mediante la exitosa administración por categorías. Sin embargo, los gastos de operación como porcentaje de los ingresos totales aumentaron 100 puntos base, principalmente en función del aumento de personal e infraestructura en las áreas de mercadotecnia, administración por categorías, logística, administración general, mantenimiento de tiendas y expansión. Como resultado, la utilidad de operación antes de servicios corporativos aumentó 3.9%, lo que representa una contracción del margen bruto de 50 puntos base a 3.2% de los ingresos totales del trimestre. FEMSA Comercio continuará su intenso programa de expansión nacional para consolidar su posición como la principal cadena de tiendas de conveniencia en México.

### **FEMSA Empaques**

En el primer trimestre del 2003 FEMSA Empaques registró un incremento en ingresos totales de 7.1%, derivado de la siguiente combinación de resultados en sus principales líneas de negocio: (i) un crecimiento de 21.1% en el volumen de lata de bebidas resultante de mayores ventas a FEMSA Cerveza, Coca-Cola FEMSA y clientes de exportación; y (ii) una disminución de 9.2% en el volumen de botellas de vidrio debido a menores compras por parte de FEMSA Cerveza que descompensaron el incremento en ventas a Coca-Cola FEMSA. Los ingresos denominados en dólares se beneficiaron de la devaluación del peso contra el dólar. Este efecto devaluatorio se manifestó también en la expansión del margen bruto de 270 puntos base. Los gastos de operación aumentaron 10.9%, principalmente reflejando mayores gastos de flete para el negocio de exportación de lata de bebidas. La utilidad de operación antes de servicios corporativos aumentó un sólido 29.4%, lo que representa una expansión del margen operativo de 230 puntos base a 13.6% de los ingresos totales.

#### **INFORMACIÓN PARA LA CONFERENCIA TELEFÓNICA**

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

En caso de no poder participar, la grabación de la conferencia estará disponible hasta el 6 de mayo del 2003. Para escuchar la grabación por favor marque: dentro de los E.U.: 1-800-428-6051; internacional: 973-709-2089, Clave: 291314.

Se presentó cierta información financiera no auditada de Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V. y subsidiarias (“FEMSA”) para el primer trimestre y año completo terminados el 31 de marzo del 2003, comparada con el primer trimestre y año completo terminados el 31 de marzo del 2002. Somos una empresa tenedora, cuyas principales actividades están agrupadas bajo las siguientes compañías subtenedoras y realizadas por sus respectivas subsidiarias operativas: FEMSA Cerveza, S.A. de C.V. (“FEMSA Cerveza”), la cual se dedica a la producción, distribución, y venta de cerveza; Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. (“Coca-Cola FEMSA”), la cual se dedica a la producción, distribución y venta de refrescos; FEMSA Empaques, S.A. de C.V. (“FEMSA Empaques”), la cual se dedica a la producción y distribución de materiales de empaque; y FEMSA Comercio, S.A. de C.V. (“FEMSA Comercio”), la cual opera tiendas de conveniencia.

Las unidades de FEMSA consisten en Unidades FEMSA UBD y Unidades FEMSA UB. Cada unidad FEMSA UBD está compuesta por una acción Serie B, dos acciones Serie D-B y dos acciones Serie D-L. Cada unidad FEMSA UB está compuesta por cinco acciones Serie B. El número de Unidades FEMSA en circulación al 31 de marzo del 2003 fue 1,059,462,090, equivalente al número total de acciones en circulación al 31 de marzo de 2002, dividido entre 5.

Todas las cifras en este reporte están expresadas en pesos mexicanos constantes (“Pesos” o “Ps”) con poder adquisitivo al 31 de marzo del 2003 y fueron preparadas de acuerdo con Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México (“PCGA México”); por lo tanto, todos los cambios porcentuales están expresados en términos reales. La reexpresión se determinó como sigue:

- Para los resultados de las operaciones en México, utilizando los factores derivados del Índice Nacional de Precios al Consumidor (“INPC”). Para reexpresar los pesos de marzo del 2002 a pesos de marzo del 2003, se aplicó un factor de inflación de 1.0564, y para reexpresar los pesos de diciembre del 2002 a pesos de marzo del 2003, se aplicó un factor de inflación de 1.0132.
- Para los resultados de las operaciones en Buenos Aires, utilizando los factores derivados del Índice Nacional Argentino de Precios al Consumidor. Para reexpresar los pesos argentinos de marzo del 2002 a pesos argentinos de marzo del 2003, se aplicó un factor de inflación de 1.3021, y para reexpresar los pesos argentinos de cierre de diciembre del 2002 a pesos argentinos de marzo del 2003, se aplicó un factor de inflación de 1.0211. Posteriormente para convertir los pesos argentinos a pesos, se aplicó el tipo de cambio al 31 de marzo del 2003, de 3.6225 pesos por peso argentino.

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

## NOTICIA IMPORTANTE

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

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

Siguen 3 páginas de tablas y Anexo Comunicado de Prensa de Coca-Cola FEMSA

###



## RESULTADOS CONSOLIDADOS

Por los tres meses terminados el 31 de marzo de:

## BALANCE GENERAL CONSOLIDADO

Al 31 de Marzo de:

(Millones de Pesos constantes del 31 de Marzo del 2003)

|                                  | 2003   | 2002   | %Var   |
|----------------------------------|--------|--------|--------|
| Ventas netas                     | 12,468 | 11,923 | 4.6    |
| Otros ingresos de operación      | 62     | 39     | 59.0   |
| Total ingresos                   | 12,530 | 11,962 | 4.7    |
| Costo de ventas                  | 6,599  | 6,141  | 7.5    |
| Utilidad bruta                   | 5,931  | 5,821  | 1.9    |
| Gastos de administración         | 1,143  | 1,155  | (1.0)  |
| Gastos de venta                  | 3,059  | 3,015  | 1.5    |
| Gastos de operación              | 4,202  | 4,170  | 0.8    |
| Part. en asociadas               | (22)   | (20)   | N.S.   |
| Utilidad de operación            | 1,707  | 1,631  | 4.7    |
| Gasto financiero                 | (330)  | (196)  | 68.4   |
| Producto financiero              | 186    | 112    | 66.1   |
| Gasto financiero, neto           | (144)  | (84)   | 71.4   |
| Fluctuación cambiaria            | (156)  | 236    | N.S.   |
| Ganancia por posición monetaria  | (12)   | 188    | N.S.   |
| Costo integral de financiamiento | (312)  | 340    | N.S.   |
| Otros (gastos) productos         | (112)  | (81)   | 38.3   |
| Utilidad antes de impuestos      | 1,283  | 1,890  | (32.1) |
| Impuestos                        | (624)  | (756)  | (17.5) |
| Utilidad neta consolidada        | 659    | 1,134  | (41.9) |
| Utilidad mayoritaria             | 401    | 690    | (41.9) |
| Utilidad minoritaria             | 258    | 444    | (41.9) |

|                             | % Ingresos Totales |       |          |
|-----------------------------|--------------------|-------|----------|
|                             | 2003               | 2002  | Var P.P. |
| Ventas netas                | 99.5               | 99.7  | (0.2)    |
| Otros ingresos de operación | 0.5                | 0.3   | 0.2      |
| Total ingresos              | 100.0              | 100.0 | -        |
| Costo de ventas*            | 52.9               | 51.5  | 1.4      |
| Utilidad bruta*             | 47.6               | 48.8  | (1.2)    |
| Gastos de administración    | 9.1                | 9.7   | (0.6)    |
| Gastos de venta             | 24.4               | 25.2  | (0.8)    |
| Gastos de operación         | 33.5               | 34.9  | (1.4)    |
| Part. en asociadas          | (0.2)              | (0.2) | -        |
| Utilidad de operación       | 13.6               | 13.6  | -        |

\* Calculado a ventas netas

| ACTIVOS                                | 2003   | 2002   | % Var  |
|--|--------|--------|--------|
| Efectivo y valores de realiz inmediata | 13,939 | 8,016  | 73.9   |
| Cuentas por cobrar                     | 2,949  | 3,298  | (10.6) |
| Inventarios                            | 5,226  | 4,637  | 12.7   |
| Pagos anticipados                      | 1,286  | 947    | 35.8   |
| Total activo Circulante                | 23,400 | 16,898 | 38.5   |
| Propiedad, planta y equipo, neto       | 30,449 | 29,007 | 5.0    |
| Cargos diferidos y otros               | 7,183  | 6,375  | 12.7   |
| TOTAL ACTIVOS                          | 61,032 | 52,280 | 16.7   |

### PASIVOS Y CAPITAL CONTABLE

|                                     |        |        |        |
|-------------------------------------|--------|--------|--------|
| Prestamos bancarios C.P.            | 3,703  | 1,221  | 203.3  |
| Vencimientos del pasivo L.P. a C.P. | 517    | 725    | (28.7) |
| Intereses por pagar                 | 202    | 198    | 2.0    |
| Pasivo de operación                 | 7,859  | 7,596  | 3.5    |
| Total Pasivo Circulante             | 12,281 | 9,740  | 26.1   |
| Prestamos bancarios                 | 10,028 | 6,571  | 52.6   |
| Impuestos diferidos                 | 4,032  | 3,918  | 2.9    |
| Obligaciones laborales y otros      | 1,669  | 1,463  | 14.1   |
| Total Pasivos                       | 28,010 | 21,692 | 29.1   |
| Total Capital Contable              | 33,022 | 30,588 | 8.0    |
| PASIVO Y CAPITAL CONTABLE           | 61,032 | 52,280 | 16.7   |

### RAZONES FINANCIERAS

|                           |        |        |         |
|---------------------------|--------|--------|---------|
| Liquidez                  | 1.91   | 1.73   | 0.17    |
| Cobertura de intereses ** | 18.97  | 31.79  | (12.82) |
| Apalancamiento            | 84.82% | 70.92% | 13.91   |
| Capitalización            | 32.70% | 22.48% | 10.22   |

\*\* Ut operación + depreciación + otros cargos virtuales / gasto financiero, neto

### OTRA INFORMACION

|                          |         |       |        |
|--------------------------|---------|-------|--------|
| Depreciación             | 553.2   | 562.6 | (1.7)  |
| Otros cargos virtuales   | 471.4   | 476.9 | (1.2)  |
| Inversión en activo fijo | 1,580.6 | 909.3 | 73.8   |
| Deuda Neta (MM dólares)  | 28.6    | 69.1  | (58.6) |



## Resultados de Operación

**Acumulado a Marzo de:**  
**Millones de pesos de Marzo del 2003**



|   | FEMSA<br>Cerveza |         |       | Coca-Cola<br>FEMSA |         |        | FEMSA<br>Comercio |         |        | FEMSA<br>Empaques |         |       |
|---|------------------|---------|-------|--------------------|---------|--------|-------------------|---------|--------|-------------------|---------|-------|
|   | 2003             | 2002    | % Var | 2003               | 2002    | % Var  | 2003              | 2002    | % Var  | 2003              | 2002    | % Var |
| Ventas Netas  | 4,507.2          | 4,627.7 | (2.6) | 4,100.7            | 4,078.2 | 0.6    | 3,407.1           | 2,822.0 | 20.7   | 1,535.7           | 1,435.8 | 7.0   |
| Ingresos de Operación                                 | 34.9             | 27.2    | 28.3  | 48.9               | 39.8    | 22.9   |                   |         |        | 5.7               | 3.8     | 50.2  |
| Ingresos Totales                                      | 4,542.1          | 4,654.9 | (2.4) | 4,149.6            | 4,118.0 | 0.8    | 3,407.1           | 2,822.0 | 20.7   | 1,541.4           | 1,439.6 | 7.1   |
| Costo Ventas  | 2,043.0          | 2,085.4 | (2.0) | 1,995.6            | 1,922.8 | 3.8    | 2,521.2           | 2,102.8 | 19.9   | 1,187.1           | 1,147.1 | 3.5   |
| Utilidad bruta  | 2,499.1          | 2,569.5 | (2.7) | 2,154.0            | 2,195.2 | (1.9)  | 885.8             | 719.2   | 23.2   | 354.3             | 292.5   | 21.1  |
| Gastos Administración                                 | 565.4            | 568.5   | (0.5) | 328.2              | 346.1   | (5.2)  | 60.0              | 54.5    | 10.2   | 44.0              | 44.3    | (0.6) |
| Gastos Venta  | 1,391.8          | 1,448.0 | (3.9) | 831.5              | 903.6   | (8.0)  | 718.2             | 561.1   | 28.0   | 100.7             | 86.2    | 16.8  |
| Gastos Operación                                      | 1,957.2          | 2,016.5 | (2.9) | 1,159.7            | 1,249.7 | (7.2)  | 778.2             | 615.6   | 26.4   | 144.8             | 130.5   | 10.9  |
| Participación en Asociadas                            | (21.7)           | (20.0)  | (8.5) |                    |         |        |                   |         |        |                   |         |       |
| Utilidad de operación antes de servicios corporativos | 520.2            | 533.0   | (2.4) | 994.3              | 945.5   | 5.2    | 107.6             | 103.5   | 3.9    | 209.6             | 162.0   | 29.4  |
| Servicios Corporativos                                | 103.2            | 100.8   | 2.4   | 0.0                | 0.0     |        | 15.7              | 19.0    | (17.4) | 25.1              | 22.6    | 11.1  |
| Utilidad de operación                                 | 417.0            | 432.2   | (3.5) | 994.3              | 945.5   | 5.2    | 91.9              | 84.6    | 8.7    | 184.5             | 139.4   | 32.3  |
| <b>% a Ingresos Totales</b>                           |                  |         |       |                    |         |        |                   |         |        |                   |         |       |
| Utilidad de operación antes de servicios corporativos | 11.5             | 11.5    | 0.0   | 24.0               | 23.0    | 1.0    | 3.2               | 3.7     | (0.5)  | 13.6              | 11.3    | 2.3   |
| <b>OTRA INFORMACIÓN:</b>                              |                  |         |       |                    |         |        |                   |         |        |                   |         |       |
| Depreciación  | 287.5            | 291.1   | (1.2) | 118.8              | 144.2   | (17.6) | 29.6              | 22.1    | 33.8   | 60.9              | 60.7    | 0.3   |
| Cargos Virtuales                                      | 372.0            | 380.0   | (2.1) | 91.9               | 107.4   | (14.4) | 31.7              | 23.5    | 34.9   | 16.9              | 11.0    | 52.9  |
| Inversión en activo fijo                              | 835.8            | 651.5   | 28.3  | 348.7              | 232.3   | 50.1   | 201.8             | 52.0    | 288.2  | 199.6             | 26.7    | 646.9 |
| Deuda neta millones dlls.                             | 248.7            | 159.7   | 55.8  | (325.5)            | (186.5) | 74.5   | 90.8              | 32.7    | 177.4  | 184.2             | 128.0   | 43.9  |



## INFORMACION OPERATIVA

Por los tres meses terminados el 31 de Marzo de:

### ***FEMSA Cerveza***

**Volumen de Ventas**  
(Miles de hectolitros)

|                      | 2003         | 2002         | %Var         |
|----------------------|--------------|--------------|--------------|
| Nacional             | 4,841        | 4,930        | (1.8)        |
| Exportación          | 362          | 368          | (1.8)        |
| <b>Total volumen</b> | <b>5,202</b> | <b>5,298</b> | <b>(1.8)</b> |

### **Mezcla por Presentación (%)**

|                      | 2003         | 2002         | Var p.p.     |
|----------------------|--------------|--------------|--------------|
| Retornable           | 69.5         | 71.0         | (1.5)        |
| No Retornable        | 8.0          | 7.3          | 0.7          |
| Lata                 | 22.5         | 21.7         | 0.8          |
| <b>Total volumen</b> | <b>100.0</b> | <b>100.0</b> | <b>(0.0)</b> |

|                       |              |       |       |       |
|-----------------------|--------------|-------|-------|-------|
| Ingresos exportación: | Millones Ps. | 259.8 | 234.7 | 10.7  |
|                       | US Millones  | 23.7  | 24.7  | (4.0) |

### ***Coca-Cola FEMSA***

**Volumen de Ventas**  
(Millones de cajas unidad)

|                 | 2003         | 2002         | %Var       |
|-----------------|--------------|--------------|------------|
| Valle de México | 89.7         | 83.9         | 6.9        |
| Sureste         | 28.9         | 27.3         | 5.9        |
| Mexico          | 118.6        | 111.2        | 6.6        |
| Buenos Aires    | 31.6         | 29.4         | 7.6        |
| <b>Total</b>    | <b>150.2</b> | <b>140.6</b> | <b>6.8</b> |

### **Mezcla por Presentación (%)**

**(Retornable / No retornable)**

|                 | 2003         | 2002         |
|-----------------|--------------|--------------|
| Valle de México | 30/70        | 36/64        |
| Sureste         | 46/54        | 44/56        |
| México          | 34/66        | 38/62        |
| Buenos Aires    | 23/77        | 3/97         |
| <b>Total</b>    | <b>32/68</b> | <b>31/69</b> |

### ***FEMSA Empaque***

**Volumen de Ventas Total**  
(Millones de piezas)

|                                  | 2003  | 2002  | %Var  |
|----------------------------------|-------|-------|-------|
| Latas                            | 737.3 | 608.6 | 21.1  |
| Botellas                         | 209.8 | 231.1 | (9.2) |
| Volumen Exportación: Latas       | 148.9 | 31.1  | 378.8 |
| Ventas exportación: Millones Ps. | 202.3 | 124.7 | 62.2  |
| US Millones                      | 18.4  | 13.1  | 40.5  |

### **Porcentaje de ventas por cliente**

|                       | 2003         | 2002         | Var p.p. |
|-----------------------|--------------|--------------|----------|
| Ventas intercompañías | 57.7         | 59.8         | (2.1)    |
| FEMSA Cerveza         | 37.6         | 44.5         | (6.9)    |
| Coca-Cola FEMSA       | 20.1         | 15.3         | 4.8      |
| Ventas a terceros     | 42.3         | 40.2         | 2.1      |
| Nacional              | 29.8         | 31.5         | (1.8)    |
| Exportación           | 12.5         | 8.7          | 3.8      |
| <b>Total</b>          | <b>100.0</b> | <b>100.0</b> |          |

### ***FEMSA Comercio***

|  | 2003  | 2002  | %Var  |
|--|-------|-------|-------|
| Tiendas totales  | 2,277 | 1,823 | 24.9  |
| Tiendas nuevas   | 61    | 44    | 38.6  |
| Tiendas maduras comparativas: *                        |       |       |       |
| Vtas prom. mensuales por tienda<br>(Miles de pesos) ** | 510.6 | 517.8 | (1.4) |

\* Tiendas con mas de 18 meses en operación.

\*\* Calculado sobre el número de tiendas maduras comparativas existente en cada periodo

# COMUNICADO DE PRENSA



PARA PUBLICACIÓN INMEDIATA

PARA MAYOR INFORMACIÓN:

Alfredo Fernández / Julieta Naranjo

Departamento de Relaciones con Inversionistas

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

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

[afernandeze@kof.com.mx](mailto:afernandeze@kof.com.mx)

Página WEB: [www.cocacola-femsa.com.mx](http://www.cocacola-femsa.com.mx)

## **COCA-COLA FEMSA anuncia un 5.2% de crecimiento en la utilidad operativa para el primer trimestre del año 2003.**

### **PRIMER TRIMESTRE DE 2003**

- El volumen de ventas consolidado incrementó 6.8% como resultado de los incrementos del 6.6% y 7.6% en los territorios de México y Argentina, respectivamente.
- La utilidad de operación consolidada creció 5.2% alcanzando los Ps. 994.3 millones, logrando un margen operativo consolidado del 24.0%, un incremento de 1.0 punto porcentual en comparación con el primer trimestre del año 2002.

Ciudad de México (30 de abril de 2003) - Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. (NYSE: KOF) (“KOF” o la “Compañía”), un embotellador ancla del sistema Coca-Cola y el embotellador más grande de Coca-Cola en México y Argentina, anunció hoy sus resultados consolidados para el primer trimestre del año 2003.

“Nuestros resultados del primer trimestre reflejan la habilidad de la Compañía para aprovechar nuestras marcas y recursos, apoyándonos en nuestro conocimiento de la industria y experiencia en el mercado, para implementar estrategias de precio, empaque y producto por canal de distribución, preservando y creando valor para nuestra organización.”, comentó Carlos Salazar Lomelín, Director General de la Compañía.

### **RESULTADOS CONSOLIDADOS**

Durante el primer trimestre de 2003, el volumen de ventas total consolidado fue de 150.2 millones de cajas unidad (“MCU”)<sup>1</sup>, un incremento de 6.8% respecto al mismo periodo del año 2002. El fuerte crecimiento de volumen en México y Argentina apoyaron estos resultados.

La utilidad operativa consolidada incrementó un 5.2% durante el mismo periodo, debido al crecimiento del 3.2% y 58.5% en la utilidad operativa de nuestras operaciones en México y Argentina, respectivamente. El crecimiento en los volúmenes de ventas y gastos operativos

---

<sup>1</sup> Caja Unidad es una medida equivalente a una caja de 24 botellas de ocho onzas.

menores en México y Argentina, compensaron el incremento en los costos de empaques en ambos territorios y el impacto de la devaluación anual del peso mexicano.

El costo integral de financiamiento cambió de una ganancia de Ps. 308.6 millones durante el primer trimestre del año 2002 a una pérdida de Ps. 65.3 millones en el primer trimestre de 2003 debido principalmente al efecto combinado de:

- (i) el impacto negativo de la depreciación del peso mexicano sobre nuestros gastos de intereses denominados en U.S. dólares,
- (ii) una ganancia extraordinaria registrada en KOFBA generada por la devaluación del peso argentino frente al U.S. dólar durante el primer trimestre de 2002 aplicada al balance en caja denominado en U.S. dólares,
- (iii) la decisión de la Compañía de discontinuar el uso de la inversión en KOFBA como cobertura de los pasivos incurridos en conexión con esta adquisición, durante el tercer trimestre de 2002.

El impuesto sobre la renta, impuesto al activo, y participación de las utilidades a los trabajadores como porcentaje de la utilidad antes de impuestos incrementó de 36.9% en el primer trimestre de 2002 a 46.2% en el mismo periodo de 2003, debido a gastos no recurrentes y no deducibles registrados durante el primer trimestre de 2003. Sin embargo, durante el primer trimestre de 2002 la ganancia por tipo de cambio no gravable registrada por KOFBA redujo nuestra tasa efectiva de impuestos en el primer trimestre de 2002. A pesar del incremento en la tasa efectiva, en términos absolutos el impuesto sobre la renta, impuesto al activo, y participación de las utilidades a los trabajadores bajó un 12.3% en el primer trimestre de 2003 comparado con el mismo periodo de 2002.

Como resultado de todo lo anterior, la utilidad neta consolidada cayó 40.3% a Ps. 470.7 millones en el primer trimestre de 2003, resultando en una utilidad por acción (“UPA”) de Ps. 0.330 (U.S.\$0.306 por ADR).

## **BALANCE GENERAL**

Al 31 de marzo de 2003, Coca-Cola FEMSA registró un saldo de efectivo de Ps. 6,792.0 millones (\$629.2 millones de U.S. dólares) y una deuda bancaria total de Ps. 3,269 millones (\$302.8 millones de U.S. dólares). En comparación con el 31 de diciembre de 2002, esto representa un incremento del saldo en efectivo de Ps. 530 millones (U.S.\$49.1 millones) durante el trimestre.

## **RESULTADOS DE LA OPERACIÓN EN MÉXICO**

### ***Ingresos***

Los ingresos de los territorios mexicanos alcanzaron Ps. 3,653.7 millones, permaneciendo casi igual que el mismo periodo del año anterior. El volumen de ventas fue de 118.6 MCU, un incremento de 6.6% respecto al primer trimestre de 2002. Excluyendo el volumen de la presentación de 5 lt. de *Ciel* agua natural, el resto de los productos alcanzaron un volumen de ventas de 115.6 MCU, un 3.9% de crecimiento sobre el primer trimestre de 2002.

El siguiente cuadro muestra el volumen de ventas y el precio promedio por caja unidad para el primer trimestre de 2003 así como el porcentaje de crecimiento respecto al mismo trimestre de 2002 en nuestros territorios mexicanos.

|                                | <b>Excluye Ciel 5 lt.</b> |                      | <b>Incluye Ciel 5 lt</b> |                      |
|--------------------------------|---------------------------|----------------------|--------------------------|----------------------|
|                                | <b>Total</b>              | <b>% Crecimiento</b> | <b>Total</b>             | <b>% Crecimiento</b> |
| Volumen de Ventas (MCU).....   | 115.6                     | 3.9                  | 118.6                    | 6.6                  |
| Precio Prom. Unitario..... Ps. | 31.3                      | (4.6)                | Ps. 30.8                 | (6.2)                |

El 6.6% de incremento en el volumen de ventas en nuestros territorios mexicanos fue atribuible a (i) el sólido desempeño de los nuestras marcas de sabores incluyendo a *Fanta*, *Lift* y *Mundet*, y (ii) el volumen de ventas de 8.4 MCU alcanzado por *Ciel*, la marca de agua natural y mineralizada de Coca-Cola, casi duplicando su volumen de ventas comparado con el primer trimestre de 2002.

### ***Utilidad Bruta***

La utilidad bruta decreció 2.1% para el primer trimestre de 2003. Como porcentaje a ventas totales, el costo de ventas consolidado incrementó 1.2 puntos porcentuales durante el primer trimestre de 2003, como resultado del incremento en los costos de empaque y a la devaluación del peso mexicano frente al U.S. dólar.

### ***Utilidad de Operación***

Los gastos de administración y ventas como porcentaje a ventas totales disminuyeron 2.0 puntos porcentuales en el primer trimestre de 2003, comparados con el mismo periodo de 2002. Esto se debió a (i) menor rotura de botella debido al reemplazo de las botellas de 2.0 lt. PET retornable con la introducción de nuestra presentación de 2.5 lt. PET retornable para la marca *Coca-Cola*, (ii) menores gastos de mercadotecnia y, (iii) la reducción de los gastos administrativos comparados con el primer trimestre de 2002. Como resultado, la utilidad operativa incrementó el 3.2% en el primer trimestre de 2003, alcanzando un 26.2% de margen operativo, una expansión de 0.8 puntos porcentuales comparado con el primer trimestre de 2002.

## **RESULTADOS DE LA OPERACIÓN EN ARGENTINA**

### ***Ingresos Totales***

Nuestras exitosas estrategias de ejecución en Argentina continúan generando resultados positivos. En el primer trimestre de 2003 el volumen de ventas total en nuestro territorio de Buenos Aires incrementó 7.6% comparado con el mismo periodo de 2002, compensando la caída del 2.6% en el precio promedio por caja en unidad en pesos argentinos. Como resultado, el ingreso total creció 7.3% en el primer trimestre de 2003.

Nuestras marcas principales (*Coca-Cola*, *Sprite* y *Fanta*) en presentaciones retornables están recapturando las preferencias de nuestros consumidores argentinos, representando la

mayor parte del volumen de ventas incremental durante el trimestre. Durante el primer trimestre de 2003 las presentaciones retornables, las cuáles son más rentables que nuestras marcas de protección de valor, representaron el 23% del volumen de ventas total, comparado con el 3% del primer trimestre de 2002.

### ***Utilidad Bruta***

La utilidad bruta decreció de 36.9% en el primer trimestre de 2002 a 34.8% en 2003, la reducción se debió principalmente al incremento en el costo de edulcorantes y empaques, el cual fue parcialmente compensado por nuestro cambio hacia presentaciones retornables.

### ***Utilidad de Operación***

En Argentina, los gastos operativos disminuyeron un 5.6% en el primer trimestre de 2003 comparados con el mismo periodo de 2002, como resultado de menores gastos de mercadotecnia y menores gastos salariales.

El exitoso desempeño de nuestras presentaciones retornables combinado con nuestro fuerte enfoque a la segmentación de canales y a la estrategia de control de costos, ha permitido alcanzar una utilidad operativa de A\$10.3 millones para el primer trimestre de 2003, un incremento del 58.5% comparado con el mismo periodo del año anterior.

## **EVENTOS RECIENTES**

- El 28 de abril de 2003, los accionistas de Panamerican Beverages Inc. (“Panamco”) aprobaron la adquisición de Panamco por parte de Coca-Cola FEMSA en una junta especial que tuvo lugar en Miami, Florida. La adquisición propuesta fue aprobado por los accionistas de Panamco de todas las clases como fue requerido por el acuerdo de compra con Coca-Cola FEMSA. La transacción permanece sujeta al cumplimiento o dispensa de otras condiciones, incluyendo el fondeo de la adquisición por parte de las instituciones financieras a Coca-Cola FEMSA. Asumiendo que todas las condiciones están satisfechas, se espera cerrar la transacción el día 6 de mayo de 2003.
- El 25 de abril de 2003 la Compañía emitió Ps. 4,250 millones, equivalente aproximadamente a U.S.\$400.0 millones, a través de tres ofertas de “Certificados Bursátiles” (bonos denominados en pesos mexicanos) en el mercado de capitales de deuda en México, en el que es considerada como una de las ofertas de deuda más exitosa realizada en México. Fitch y S&P calificaron esta oferta de bonos con calificaciones de crédito en moneda local de AAA/AA+, respectivamente. La siguiente tabla muestra las características de cada una de las emisiones:

| Términos Principales    | 4 años Nota basada en la THIE   | 5 años Nota basada en CETES     | 7 años Nota en Tasa Fija        |
|-------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| Monto                   | Ps. 2,000 MM                    | Ps. 1,250 MM                    | Ps.1,000 MM                     |
| Vigencia / Amortización | 4 años / un pago al vencimiento | 5 años / un pago al vencimiento | 7 años / un pago al vencimiento |
| Tasa de Interés         | THIE 28 días + 55 pb            | 182 días CETES + 120 pb         | 10.4% Fijo                      |

Lo que proceda de esta oferta será usado como parte del pre-fondeo de la deuda, necesaria para la adquisición de Panamco.

- En línea con nuestra estrategia para evaluar y probar diferentes alternativas para impulsar el consumo per-capita de las bebidas carbonatadas en el Valle de México, lanzamos una presentación de 2.5 lt PET no-retornable para la marca *Coca-Cola* durante el mes de marzo de 2003.
- A principios de año lanzamos exitosamente en Argentina, *Fanta Light* en presentaciones de 500 ml y 1.5 lt PET no-retornable. Este nuevo producto generó alrededor del 10% del volumen incremental del trimestre en Buenos Aires, impulsando el crecimiento del volumen de ventas de la categoría premium.
- Debido al éxito de nuestra estrategia de presentación retornables en Argentina, lanzamos una presentación de 2.0 lt. PET retornable para la marca *Coca-Cola* a finales de Febrero de 2003, con el objetivo de incrementar nuestra presencia en las presentaciones familiares e incrementar el consumo per-capita brindando una propuesta de valor más atractiva a nuestros clientes y consumidores en Buenos Aires.

## INFORMACIÓN PARA LA CONFERENCIA TELEFÓNICA

La Conferencia telefónica del primer trimestre del 2003 tendrá lugar el miércoles 30 de abril de 2003 a las 10:30 a.m. E.T (9:30 hora de México).

Para participar en la Conferencia telefónica, favor de marcar: U.S. locales: 800-599-9816. Internacional: 617-847-8705.

Si usted no puede participar en la Conferencia en tiempo real, una repetición instantánea de la misma estará disponible hasta el 14 de Mayo de 2003. Para escuchar las repetición, por favor marcar: U.S. locales: 888-286-8010. Internacional: 617-801-6888. Contraseña: 833855.



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 el Valle de México y el Territorio del Sureste en México y en el territorio de Buenos Aires en Argentina. La compañía cuenta con ocho plantas embotelladoras en México y una en Buenos Aires y atiende a más de 255,000 detallistas en México y 72,000 detallistas en el área metropolitana de Buenos Aires. Coca-Cola FEMSA actualmente representa aproximadamente el 3.2% de las ventas globales de Coca-Cola, 23.8% de todas las ventas de Coca-Cola en México y aproximadamente el 36.8% de todas las ventas de Coca-Cola en Argentina. The Coca-Cola Company posee una participación del 30% en el capital de Coca-Cola FEMSA.



Las cifras de las operaciones de la Compañía en México y de sus operaciones internacionales consolidadas fueron preparadas de acuerdo a los principios de contabilidad generalmente aceptados en México (principios mexicanos). Las cifras

de las operaciones de la compañía en Argentina fueron preparadas de acuerdo a los principios de contabilidad generalmente aceptados en Argentina. Todas las cifras están expresadas en pesos mexicanos constantes con poder adquisitivo al 31 de Marzo de 2003. Para fines de comparación las cifras de la compañía en sus operaciones en Argentina para 2002 y 2003, han sido re-expresadas tomando en cuenta la inflación argentina con referencia al índice de precios al consumidor en Argentina y convertidas de pesos argentinos a pesos mexicanos usando el tipo de cambio al 31 de Marzo de 2003, de Ps.3.622 por A\$1.00 peso argentino. Además, todas las comparaciones para el primer trimestre de 2003, terminado el 31 de marzo de 2003 contenidas en este reporte han sido hechas contra cifras del periodo comparable, el primer trimestre de 2002, a menos que se indique lo contrario.

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

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



**(Siguen 3 páginas de tablas)**



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

| <b>ACTIVO</b>                           | <b>2003</b> |               | <b>2002</b> |               |
|---|-------------|---------------|-------------|---------------|
| <b>Activo Circulante</b>                |             |               |             |               |
| Efectivo y Valores de Realiz. Inm.      | Ps.         | 6,792         | Ps.         | 6,262         |
| Cuentas por cobrar:                     |             |               |             |               |
| Clientes                                |             | 375           |             | 563           |
| Documentos                              |             | 11            |             | 12            |
| Impuestos por recuperar                 |             | 188           |             | 245           |
| Otros                                   |             | 229           |             | 208           |
|   |             | 803           |             | 1,028         |
| Inventarios                             |             | 1,217         |             | 773           |
| Pagos Anticipados                       |             | 101           |             | 74            |
| <b>Total activo circulante</b>          |             | <b>8,913</b>  |             | <b>8,137</b>  |
| <b>Propiedad, planta y equipo</b>       |             |               |             |               |
| Terrenos                                |             | 792           |             | 795           |
| Edificios, maquinaria y equipo          |             | 8,987         |             | 9,047         |
| Depreciación acumulada                  |             | (3,338)       |             | (3,304)       |
| Inversiones en proceso                  |             | 402           |             | 370           |
| Botellas y cajas                        |             | 372           |             | 292           |
| <b>Total propiedad, planta y equipo</b> |             | <b>7,215</b>  |             | <b>7,200</b>  |
| <b>Inversión en acciones</b>            |             | <b>121</b>    |             | <b>126</b>    |
| <b>Cargos diferidos, neto</b>           |             | <b>907</b>    |             | <b>859</b>    |
| <b>Crédito mercantil, neto</b>          |             | <b>280</b>    |             | <b>262</b>    |
| <b>TOTAL ACTIVO</b>                     | Ps.         | <b>17,436</b> | Ps.         | <b>16,584</b> |

| <b>PASIVO Y CAPITAL CONTABLE</b>                          | <b>2003</b> |               | <b>2002</b> |               |
|---|-------------|---------------|-------------|---------------|
| <b>Pasivo Circulante</b>                                  |             |               |             |               |
| Deuda a corto plazo, documentos e intereses               | Ps.         | 108           | Ps.         | 82            |
| Proveedores   |             | 1,643         |             | 1,630         |
| Cuentas por pagar y otros                                 |             | 674           |             | 668           |
| Impuestos por pagar                                       |             | 507           |             | 229           |
| <b>Pasivo Circulante</b>                                  |             | <b>2,932</b>  |             | <b>2,609</b>  |
| Prestamos bancarios a largo plazo                         |             | 3,269         |             | 3,212         |
| Plan de pensiones, prima de antigüedad y otros            |             | 191           |             | 188           |
| Otros pasivos   |             | 1,199         |             | 1,198         |
| <b>Total pasivo</b>                                       |             | <b>7,591</b>  |             | <b>7,207</b>  |
| <b>Capital Contable</b>                                   |             |               |             |               |
| Interés minoritario                                       |             | 0             |             | 0             |
| Interés mayoritario:                                      |             |               |             |               |
| Capital social  |             | 2,401         |             | 2,401         |
| Prima en suscripción de acciones                          |             | 1,689         |             | 1,689         |
| Utilidades retenidas                                      |             | 9,431         |             | 6,817         |
| Utilidad neta del período                                 |             | 471           |             | 2,615         |
| Resultado acumulado por tenencia de activos no monetarios |             | (4,147)       |             | (4,145)       |
| <b>Total interés mayoritario</b>                          |             | <b>9,845</b>  |             | <b>9,377</b>  |
| <b>Total capital contable</b>                             |             | <b>9,845</b>  |             | <b>9,377</b>  |
| <b>TOTAL PASIVO Y CAPITAL</b>                             | Ps.         | <b>17,436</b> | Ps.         | <b>16,584</b> |

|  |        |
|--|--------|
| Inflación Mexicana diciembre 2002 - marzo 2003     | 1.32%  |
| Inflación Argentina diciembre 2002 - marzo 2003    | 2.11%  |
| Peso mexicano/ Dólar al 31 de marzo de 2003        | 10.795 |
| Peso argentino / U.S. Dolar al 31 de marzo de 2003 | 2.980  |

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

**ESTADO DE RESULTADOS**

Por los tres meses terminados el 31 de marzo de 2003 y 2002

Expresado en Pesos de Poder Adquisitivo al 31 de marzo de 2003

|                                 | Consolidado                       |         |         | Operaciones en México              |         |        | Operaciones en Buenos Aires |       |         |
|---------------------------------|-----------------------------------|---------|---------|------------------------------------|---------|--------|-----------------------------|-------|---------|
|                                 | (Millones de Pesos Mexicanos) (1) |         |         | (Millones de Pesos Argentinos) (1) |         |        |                             |       |         |
|                                 | 2003                              | 2002    | % VAR   | 2003                               | 2002    | % VAR  | 2003                        | 2002  | % VAR   |
| Volumen(millones de c.u.)       | 150.2                             | 140.6   | 6.8     | 118.6                              | 111.2   | 6.6    | 31.6                        | 29.4  | 7.6     |
| Precio promedio                 | 27.30                             | 29.01   | (5.9)   | 30.80                              | 32.83   | (6.2)  | 3.91                        | 4.01  | (2.6)   |
| Ventas netas                    | 4,100.7                           | 4,078.2 | 0.6     | 3,653.7                            | 3,651.7 | 0.1    | 123.4                       | 117.8 | 4.8     |
| Otros ingresos de operación     | 48.9                              | 39.8    | 22.9    | 16.6                               | 19.8    | (16.2) | 8.9                         | 5.5   | 61.8    |
| Ingresos totales                | 4,149.6                           | 4,118.0 | 0.8     | 3,670.3                            | 3,671.5 | (0.0)  | 132.3                       | 123.3 | 7.3     |
| Costo de ventas                 | 1,995.6                           | 1,922.8 | 3.8     | 1,683.1                            | 1,641.0 | 2.6    | 86.3                        | 77.8  | 10.9    |
| Utilidad bruta                  | 2,154.0                           | 2,195.2 | (1.9)   | 1,987.2                            | 2,030.5 | (2.1)  | 46.0                        | 45.5  | 1.1     |
| Gastos de administración        | 322.5                             | 330.9   | (2.5)   | 295.4                              | 302.7   | (2.4)  | 7.5                         | 7.8   | (3.8)   |
| Gastos de venta                 | 831.5                             | 903.6   | (8.0)   | 729.2                              | 795.0   | (8.3)  | 28.2                        | 30.0  | (6.0)   |
| Gastos de operación             | 1,154.0                           | 1,234.5 | (6.5)   | 1,024.6                            | 1,097.7 | (6.7)  | 35.7                        | 37.8  | (5.6)   |
| Amort. del crédito mercantil    | 5.7                               | 15.2    | (62.5)  | 2.0                                | 2.0     | -      | -                           | 1.2   | (100.0) |
| Utilidad de operación           | 994.3                             | 945.5   | 5.2     | 960.6                              | 930.8   | 3.2    | 10.3                        | 6.5   | 58.5    |
| Gastos financieros              | 94.6                              | 74.2    | 27.5    |                                    |         |        |                             |       |         |
| Productos financieros           | 64.5                              | 65.1    | (0.9)   |                                    |         |        |                             |       |         |
| Gastos financieros, neto        | 30.1                              | 9.1     | 230.8   |                                    |         |        |                             |       |         |
| Pérdida (ganancia) cambiaria    | 18.4                              | (132.0) | (113.9) |                                    |         |        |                             |       |         |
| Pérd.(Gan). por posición monet. | 16.8                              | (185.7) | (109.0) |                                    |         |        |                             |       |         |
| Costo integral de financ.       | 65.3                              | (308.6) | (121.2) |                                    |         |        |                             |       |         |
| Otros (prod.), gastos, neto     | 54.9                              | 6.2     | 785.5   |                                    |         |        |                             |       |         |
| Utilidad antes de impuestos     | 874.1                             | 1,247.9 | (30.0)  |                                    |         |        |                             |       |         |
| Impuestos                       | 403.4                             | 460.0   | (12.3)  |                                    |         |        |                             |       |         |
| Utilidad neta consolidada       | 470.7                             | 787.9   | (40.3)  |                                    |         |        |                             |       |         |
| Utilidad mayoritaria            | 470.7                             | 787.9   | (40.3)  |                                    |         |        |                             |       |         |
| Cargos virtuales (2)            | 210.7                             | 251.6   | (16.3)  | 165.3                              | 191.4   | (13.6) | 11.5                        | 14.2  | (19.0)  |

(1) Excepto volumen y precio promedio por caja unidad

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

|   |        |
|---|--------|
| Inflación Mexicana marzo 2002 - marzo 2003            | 5.64%  |
| Inflación Argentina marzo 2002 -marzo 2003            | 30.21% |
| Peso mexicano / U.S. dolar al 31 de marzo de 2003     | 10.795 |
| Peso Argentino / U.S. dólar al 31 de marzo de 2003    | 2.980  |
| Peso mexicano / Peso argentino al 31 de marzo de 2003 | 3.622  |

## Información relevante

### Por los tres meses terminados el 31 de marzo de 2003

Expresado en pesos del 31 de marzo de 2003

|                                       | 2003  |
|---------------------------------------|-------|
| <b>Depreciación (1)</b>               | 124.5 |
| <b>Otros virtuales</b>                | 86.2  |
| <b>Inversión en Activos Fijos (2)</b> | 348.7 |

(1) Incluye Amortización del Good Will)

(2) Incluye Botellas y Cajas y Cargos Diferidos)

### Información de Volumen de Ventas

Expresado en millones de cajas unidad

|                 | 2003  | 2002  |
|-----------------|-------|-------|
| México          | 118.6 | 111.2 |
| Valle de México | 89.7  | 83.9  |
| Sureste         | 28.9  | 27.3  |
| Buenos Aires    | 31.6  | 29.4  |
| <b>Total</b>    | 150.2 | 140.6 |

### Mezcla por Producto

(Colas / Sabores / Agua)

Como porcentaje del volumen total

|                 | 2003    | 2002    |
|-----------------|---------|---------|
| México          | 68/25/7 | 74/22/4 |
| Valle de México | 68/25/7 | 74/23/3 |
| Sureste         | 69/24/7 | 73/21/6 |
| Buenos Aires    | 70/29/1 | 63/36/1 |
| <b>Total</b>    | 69/25/6 | 72/25/3 |

### Mezcla por Presentación

(Retornable / No Retornable)

Como porcentaje del volumen total

|                 | 2003  | 2002  |
|-----------------|-------|-------|
| México          | 34/66 | 38/62 |
| Valle de México | 30/70 | 36/64 |
| Sureste         | 46/54 | 44/56 |
| Buenos Aires    | 23/77 | 3/97  |
| <b>Total</b>    | 32/68 | 31/69 |