

FEMSA Continúa Creciendo con Firmeza en el Tercer Trimestre del 2005

Monterrey, México, 28 de octubre del 2005 — Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V. ("FEMSA") anuncia hoy sus resultados operativos y financieros para el tercer trimestre y primeros nueve meses del 2005.

Datos Sobresalientes del Tercer Trimestre 2005

FEMSA

- **Los ingresos totales aumentaron 8.1% ascendiendo a 26,625 millones de pesos (2.5 billones de dólares)**, impulsados principalmente por el crecimiento de 21% en Oxxo, combinado con los sólidos resultados en FEMSA Cerveza y Coca-Cola FEMSA.
- **La utilidad de operación se incrementó 10.7% a 4,144 millones de pesos (383 millones de dólares)** gracias al crecimiento de 17% en FEMSA Cerveza y de 18% en Oxxo.
- **La utilidad mayoritaria aumentó 9.5%** a 1,641 millones de pesos (152 millones de dólares).
- **La deuda neta disminuyó 273 millones de dólares con respecto al segundo trimestre del 2005**, registrando 28,017 millones de pesos (2.6 billones de dólares) al cierre del tercer trimestre.

Unidades de Negocio

- **Coca-Cola FEMSA aumentó su volumen de ventas en 3%**, al mismo tiempo que logró compensar el incremento en los costos de materias primas, manteniendo su margen de operación estable en 17.3% de los ingresos totales.
- **FEMSA Cerveza incrementó su volumen de ventas en 6.7%** (5.5% en nacional y 18.7% en exportaciones), asimismo expandió su margen de operación en 160 puntos base alcanzando 25% de los ingresos totales.
- **Oxxo incrementó sus ingresos totales en 20.7%**, gracias a la apertura de 122 nuevas tiendas y al incremento de 7.4% en las ventas mismas tiendas, durante el trimestre. Oxxo tiene planeado abrir alrededor de 600 nuevas tiendas en todo el año 2005.

"Continuamos creciendo firmemente durante el tercer trimestre del 2005, lo que demuestra la fortaleza de nuestra estrategia integrada de bebidas. Estoy especialmente satisfecho con el desempeño de FEMSA Cerveza en este trimestre, que contribuyó de manera importante para que la utilidad de operación consolidada de FEMSA aumentara un 11% en términos reales (18% en dólares). Estamos enfocados en la mejora continua de nuestras operaciones, con una firme visión de liderazgo responsable para la industria de bebidas Latinoamericana. Esta visión ha probado que genera valor para nuestros accionistas y creemos lo seguirá haciendo en el futuro", afirmó José Antonio Fernández Carbajal, presidente del Consejo de Administración y director general de FEMSA.

Contactos para Inversionistas:

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

Emily Klingbeil
(52) 818-328-6189
emily.klingbeil@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



FEMSA Consolidado

Los **ingresos totales** se incrementaron 8.1% ascendiendo a 26,625 millones de pesos en el 3T05, como resultado del aumento de 20.7% en los ingresos de Oxxo, 8.7% en FEMSA Cerveza y de 4.9% en Coca-Cola FEMSA.

Para los primeros nueve meses del 2005, los ingresos totales de FEMSA se incrementaron 9.4% ascendiendo a 77,396 millones de pesos.

La **utilidad bruta** se incrementó 7.6% ascendiendo a 12,533 millones de pesos en el 3T05, que dio como resultado 20 puntos base de disminución en el margen bruto registrando 47.1% de los ingresos totales. La mejora en el margen bruto de 160 puntos base en FEMSA Cerveza y 20 puntos base en Coca-Cola FEMSA en el trimestre, compensaron la disminución de 70 puntos base del margen bruto de FEMSA Comercio, que ahora tiene una mayor contribución en los resultados consolidados.

Para los primeros nueve meses del 2005, la utilidad bruta se incrementó 8.2% ascendiendo a 36,080 millones de pesos. El margen bruto disminuyó 50 puntos base a 46.6% de los ingresos totales en comparación al mismo período del 2004, principalmente porque FEMSA Comercio tiene una mayor contribución en los resultados consolidados de FEMSA.

La **utilidad de operación** se incrementó 10.7% ascendiendo a 4,144 millones de pesos en el 3T05, resultando en una mejora de 40 puntos base en el margen de operación, el cual alcanzó 15.6% de los ingresos. El crecimiento en el margen de operación en los resultados consolidados se atribuye a la expansión del margen en FEMSA Cerveza, que compensó la mayor contribución de FEMSA Comercio en los resultados consolidados.

Para los primeros nueve meses del 2005, la utilidad de operación se incrementó 9.7% ascendiendo a 11,235 millones de pesos. El margen de operación consolidado se mantuvo estable en 14.5% de los ingresos totales, nivel similar al del 2004.

La **utilidad neta** disminuyó 4.5% a 2,268 millones de pesos en el 3T05. Esta disminución se debió al efecto neto de (1) un crecimiento de 21.5% en el gasto financiero neto, alcanzando 848 millones de pesos ya que el costo promedio de nuestra deuda aumentó de 7.5% en el 3T04 a 9.3% en el 3T05, lo cual no pudo ser compensado por el menor nivel de deuda neta, (2) una disminución de 46.9% en el resultado por posición monetaria, alcanzando una ganancia de 322 millones de pesos, resultado de una menor inflación así como de menores niveles de endeudamiento neto y (3) una pérdida por fluctuación cambiaria de 97 millones de pesos debido a una ligera devaluación, en comparación con el segundo trimestre del 2005, del peso contra el dólar estadounidense sobre nuestros pasivos netos en dólares. La tasa efectiva de impuestos para el trimestre fue 33.5%.

Para los primeros nueve meses del 2005, la utilidad neta disminuyó 16.9% a 5,581 millones de pesos, principalmente como resultado de un beneficio fiscal no-recurrente de Coca-Cola FEMSA reconocido en el 2T04 y el incremento en el costo integral de financiamiento durante el 2005.

La **utilidad neta mayoritaria** por Unidad¹ FEMSA fue de 1.376 pesos en el 3T05. La utilidad neta mayoritaria por cada ADS de FEMSA, usando un tipo de cambio de 10.81 pesos por dólar, fue de 1.272 dólares en el trimestre.

¹ Las Unidades de FEMSA consisten en Unidades FEMSA BD y Unidades FEMSA B. Cada Unidad FEMSA BD está compuesta por una Acción Serie B, dos Acciones Serie D-B y dos Acciones Serie D-L. Cada Unidad FEMSA B está compuesta por cinco Acciones Serie B. El número de Unidades FEMSA en circulación al 30 de septiembre del 2005 fue 1,192,742,090, equivalente al número total de acciones en circulación a la misma fecha, dividido entre 5.

La **inversión en activo fijo** disminuyó 12.1% a 1,595 millones de pesos en el 3T05, principalmente porque hubo niveles conservadores de inversión en todas nuestras unidades de negocio. Particularmente en FEMSA Comercio, esto se debió a una reducción en el ritmo de expansión de tiendas durante el 3T05, programándose mayores aperturas de tiendas para el cuarto trimestre. Por su parte FEMSA Cerveza y Coca-Cola FEMSA no requirieron inversiones intensas durante el trimestre dadas las exitosas eficiencias operativas y la mejora continua en sus procesos de operación.

Deuda neta consolidada. Al 30 de septiembre del 2005, FEMSA registró un saldo de efectivo de 8,533 millones de pesos (789 millones de dólares), deuda a corto plazo de 1,127 millones de pesos (104 millones de dólares) y deuda a largo plazo de 35,423 millones de pesos (3,218 millones de dólares), para un balance de deuda neta de 28,017 millones de pesos (2,591 millones de dólares). Esto representa una reducción de 273 millones de dólares con respecto al 30 de junio del 2005.

Refrescos – Coca-Cola FEMSA

Los resultados financieros de Coca-Cola FEMSA y la discusión de éstos se incorporan por referencia al reporte trimestral de Coca-Cola FEMSA, el cual forma parte de los anexos de este comunicado.

Cerveza – FEMSA Cerveza

El volumen de ventas nacional aumentó 5.5% a 6.381 millones de hectolitros en el 3T05, resultado del aumento en el volumen de ventas en todo México, impulsado principalmente por nuestras marcas *Tecate Light, Sol e Indio*. Este crecimiento es muy importante, ya que en el 3T04 crecimos por encima del volumen de la industria, con lo que la base de comparación era desfavorable.

Para los primeros nueve meses del 2005, el volumen de ventas nacional se incrementó 4.5% a 18.234 millones de hectolitros.

El volumen de ventas de exportación aumentó 18.7% a 0.723 millones de hectolitros en el 3T05, impulsado por el crecimiento de dos dígitos en ventas de nuestras marcas *Dos Equis, Tecate y Sol* en los Estados Unidos. En este mercado continuamos incrementando la disponibilidad de nuestras cervezas y mejorando nuestro desempeño en todo Estados Unidos, con particular éxito en sus regiones Centro y Este.

Para los primeros nueve meses del 2005, el volumen de ventas de exportación se incrementó 8.5% a 1.941 millones de hectolitros, resultado principalmente del fuerte crecimiento de volumen en el mercado de Estados Unidos en el segundo y tercer trimestre.

Los **ingresos totales** se incrementaron 8.7% ascendiendo a 7,181 millones de pesos en el 3T05. Esto fue resultado de un aumento de 7.0% en las ventas nacionales y de un incremento de 43.2% en las ventas de exportación dado al nuevo acuerdo comercial con Heineken USA. Como mencionamos en el segundo trimestre, las ventas de exportación de cerveza en el 2005 no es comparable con el año anterior, debido a las diferencias entre el acuerdo actual con Heineken USA y la asociación que teníamos con el importador anterior. El precio nacional por hectolitro aumentó 1.4% en términos reales en comparación con el 3T04, reflejando una estabilidad en el ambiente de precios, lo que ha permitido la implementación de algunas tácticas de administración de los ingresos. Para el trimestre, el volumen de ventas nacional representa el 89.8% del total y el restante 10.2% son ventas de exportación.

Para los primeros nueve meses del 2005, los ingresos totales se incrementaron 6.3% ascendiendo a 20,352 millones de pesos, gracias al incremento de 6.9% en las ventas.

El **costo de ventas** se incrementó 4.5% ascendiendo a 2,839 millones de pesos en el 3T05. La utilidad bruta se incrementó 11.6% ascendiendo a 4,342 millones de pesos en el 3T05, resultando en 160 puntos base de expansión del margen bruto, que llegó a 60.5% de los ingresos totales para el trimestre. Esta mejora fue resultado del efecto neto entre mayores eficiencias operativas y la apreciación del peso mexicano contra el dólar estadounidense en términos reales, que compensó el aumento en los precios de algunas materias primas importantes como es el aluminio, la energía y el acero.

Para los primeros nueve meses del 2005, el costo de ventas se incrementó 4.1% ascendiendo a 8,217 millones de pesos. El margen bruto mejoró en 80 puntos base, alcanzando 59.6% de los ingresos totales.

La **utilidad de operación** (antes de la deducción de servicios corporativos) se incrementó 16.6% ascendiendo a 1,769 millones de pesos en el 3T05. El margen de operación se mejoró en 160 puntos base a 24.6% de los ingresos totales, resultado del aumento en los precios en el mercado nacional y disminución en el costo de ventas como un porcentaje de los ingresos totales, lo cual más que compensar, estabilizó los gastos de venta y de administración como un porcentaje de las ventas.

Para los primeros nueve meses del 2005, la utilidad de operación se incrementó 5.1% ascendiendo a 4,381 millones de pesos, alcanzando 21.5% de los ingresos totales.

Eventos Recientes – FEMSA Cerveza

Nueva Maltería en México

FEMSA terminó la construcción y está operando la planta para la producción de malta más importante de México, y una de las más grandes y con mejor tecnología en el mundo. La inversión total fue por 40 millones de dólares. Esta planta está ubicada en el estado de Puebla, México y fue construida en un área de 18,000 metros cuadrados. Con esta planta se beneficiarán a más de 12,000 agricultores a través del consumo de 250,000 toneladas de cebada por año. Además FEMSA Cerveza eleva en 16% su capacidad de producción de malta para llegar a 154,000 toneladas por año.

Nuevo acuerdo comercial con Molson Coors en el Reino Unido

A partir del 1° de octubre dio inició un nuevo acuerdo con Molson Coors para la venta, mercadeo y distribución de nuestras cervezas en el mercado británico. Este mercado se ha convertido en nuestro segundo más importante después de los Estados Unidos, y Molson Coors nos provee con la plataforma de crecimiento adecuada dado su poderoso portafolio de marcas y capacidad de distribución en ese país.

Nuevo acuerdo comercial con Sleeman en Canadá

El pasado mes de Septiembre establecimos un acuerdo comercial con Sleeman Breweries para la venta, mercadeo y distribución de nuestras marcas *Sol* y *Dos Equis* en Canadá. Sleeman Breweries es una empresa cervecera líder en el manejo de marcas premium y cuenta con distribución nacional en ese país. El mercado canadiense tiene un gran potencial para hacer crecer nuestro volumen de ventas y fortalecer nuestras marcas. Este nuevo acuerdo entra en vigor a partir del 1° de enero del 2006.

Tiendas Oxxo – FEMSA Comercio

Los **ingresos totales** se incrementaron 20.7% ascendiendo a 7,466 millones de pesos en el 3T05. Resultado principalmente de la apertura neta de 122 nuevas tiendas Oxxo en el trimestre y de 523 nuevas tiendas Oxxo en comparación con el 3T04 para llegar a un total de 3,782 Oxxos en todo el país. Oxxo tiene planeado abrir aproximadamente 600 nuevas tiendas en todo el año.

Para los primeros nueve meses del 2005, los ingresos totales se incrementaron 23.2% ascendiendo a 20,762 millones de pesos.

Las ventas-mismas-tiendas de Oxxo se incrementaron en promedio 7.4% en el 3T05, reflejando un incremento en el tráfico por tienda de 6.9% y de 0.5% en el ticket promedio. El incremento en el tráfico refleja el éxito de las actividades promocionales y el mejor manejo de categorías, que está permitiendo a Oxxo atraer mayor número de clientes a la tienda. La gran escala y el buen ritmo de crecimiento de Oxxo nos está permitiendo desarrollar promociones exclusivas con nuestros proveedores a nivel nacional, las cuales están demostrando ser efectivas.

Para los primeros nueve meses del 2005, las ventas-mismas-tiendas de Oxxo se incrementaron en promedio 7.6%. Esto refleja un incremento en el tráfico por tienda de 7.6% y un ticket promedio estable.

La **utilidad de operación** (antes de la deducción de servicios corporativos) se incrementó 18.4% ascendiendo a 302 millones de pesos en el 3T05. El margen de operación permaneció estable con respecto al 3T04, en 4.0% de los ingresos totales durante el trimestre. Lo anterior como resultado de dos factores: el incremento en el costo de ventas y la disminución en el gasto de operación en relación con el crecimiento de los ingresos totales.

El costo de ventas se incrementó 21.8% a 5,533 millones de pesos en el 3T05, registrando una contracción en el margen bruto de 70 puntos base, alcanzando 25.9% de los ingresos totales. Dado que hubo un menor nivel de crecimiento en el número de tiendas durante el trimestre en comparación al 2T05, se disminuyeron los incentivos recibidos por los proveedores en relación con la expansión.

Los gastos de operación se incrementaron 17.6%, ascendiendo a 1,631 millones en el 3T05. Los gastos de operación crecieron menos que los ingresos totales, como resultado de la mejor absorción de gastos fijos dadas las economías de escala.

Para los primeros nueve meses del 2005, la utilidad de operación de FEMSA Comercio se incrementó 21.6% manteniendo un margen de operación de 4.0% con respecto al año anterior.

INFORMACIÓN PARA LA CONFERENCIA TELEFÓNICA:

La conferencia telefónica del Tercer Trimestre y los Nueve Meses del 2005 se llevará a cabo el jueves 28 de octubre del 2005 a la 1:00 P.M. Tiempo de México (2:00 P.M. Tiempo de Nueva York). Para participar en la conferencia, por favor marque: (913) 981-4911. Adicionalmente, se transmitirá audio conferencia en vivo por Internet, para tener acceso a esta transmisión visite www.femsa.com/inversionista. En caso de no poder participar en las opciones anteriores, la grabación de la conferencia estará disponible hasta el 3 de noviembre del 2005. Para escuchar la grabación marque: (719) 457-0820, Clave: 7655455.

Se presentó cierta información financiera no auditada de FEMSA para el tercer trimestre y primeros nueve meses del 2005 comparada con el tercer trimestre y primeros nueve meses del 2004. Somos una empresa tenedora, cuyas principales actividades están agrupadas bajo las siguientes compañías subtenedoras y llevadas a cabo 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 bebidas sin alcohol; FEMSA Cerveza, S.A. de C.V. ("FEMSA Cerveza"), la cual se dedica a la producción, distribución, y venta de cerveza; y FEMSA Comercio, S.A. de C.V. ("FEMSA Comercio"), la cual opera tiendas de conveniencia.

Todas las cifras en este reporte fueron preparadas de acuerdo con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México ("PCGA Mexicanos"), consecuentemente están expresadas en pesos mexicanos constantes ("Pesos" o "Ps.") con poder adquisitivo al 30 de septiembre del 2005. Por lo tanto, todos los cambios porcentuales están expresados en términos reales.

La conversión de pesos mexicanos a dólares americanos se incluye sólo para conveniencia del lector, usando el tipo de cambio aplicable al cierre del trimestre de 10.8131 pesos por dólar.

DECLARACIONES SOBRE EXPECTATIVAS

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

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

FEMSA
Estado de Resultados Consolidado
Millones de pesos

	Por el tercer trimestre de:					Por los nueve meses de:				
	2005	% Integral	2004	% Integral	% Crecimiento	2005	% Integral	2004	% Integral	% Crecimiento
Ventas netas	26,437	99.3	24,548	99.7	7.7	77,007	99.5	70,430	99.6	9.3
Otros ingresos de operación	188	0.7	72	0.3	N.S.	389	0.5	296	0.4	31.4
Ingresos Totales	26,625	100.0	24,620	100.0	8.1	77,396	100.0	70,726	100.0	9.4
Costo de ventas	14,092	52.9	12,974	52.7	8.6	41,316	53.4	37,384	52.9	10.5
Utilidad bruta	12,533	47.1	11,646	47.3	7.6	36,080	46.6	33,342	47.1	8.2
Gastos de administración	1,686	6.3	1,693	6.9	(0.4)	5,071	6.6	5,078	7.2	(0.1)
Gastos de venta	6,703	25.2	6,208	25.2	8.0	19,774	25.5	18,020	25.4	9.7
Gastos de operación	8,389	31.5	7,901	32.1	6.2	24,845	32.1	23,098	32.6	7.6
Utilidad de operación	4,144	15.6	3,745	15.2	10.7	11,235	14.5	10,244	14.5	9.7
Gasto financiero	(1,026)		(982)		4.5	(3,456)		(2,694)		28.3
Producto financiero	178		284		(37.3)	464		491		(5.5)
Gasto financiero, neto	(848)		(698)		21.5	(2,992)		(2,203)		35.8
Fluctuación cambiaria	(97)		65		N.S.	389		(110)		N.S.
Ganancia por posición monetaria	322		606		(46.9)	610		1,163		(47.5)
Costo integral de financiamiento	(623)		(27)		N.S.	(1,993)		(1,150)		73.3
Otros (gastos) productos	(109)		80		N.S.	(347)		(399)		(13.0)
Utilidad antes de impuestos	3,412		3,798		(10.2)	8,895		8,695		2.3
Impuestos	(1,144)		(1,422)		(19.5)	(3,314)		(1,979) ⁽¹⁾		N.S.
Utilidad neta consolidada	2,268		2,376		(4.5)	5,581		6,716		(16.9)
Utilidad mayoritaria	1,641		1,499		9.5	3,853		4,052		(4.9)
Utilidad minoritaria	627		877		(28.5)	1,728		2,664		(35.1)

EBITDA y CAPEX

Utilidad de operación	4,144	15.6	3,745	15.2	10.7	11,235	14.5	10,244	14.5	9.7
Depreciación	941	3.5	836	3.4	12.6	2,628	3.4	2,495	3.5	5.3
Amortización y otros	760	2.9	730	3.0	4.1	2,462	3.2	2,348	3.3	4.9
EBITDA	5,845	22.0	5,311	21.6	10.1	16,325	21.1	15,087	21.3	8.2
Inversión en activo fijo	1,595		1,815		(12.1)	4,119		4,882		(15.6)

RAZONES FINANCIERAS

	2005	2004	Var. p.p.
Liquidez ⁽²⁾	1.51	0.83	0.68
Cobertura de intereses ⁽³⁾	5.46	6.85	(1.39)
Apalancamiento ⁽⁴⁾	0.92	1.43	(0.51)
Capitalización ⁽⁵⁾	36.05%	49.39%	(13.33)

⁽¹⁾ Incluye el beneficio fiscal no recurrente de Ps. 1,334 millones de Coca-Cola FEMSA, obtenido en el segundo trimestre del 2004.

⁽²⁾ Total activo circulante / total pasivo circulante.

⁽³⁾ Ut operación + depreciación + amortización y otros / gastos financieros, neto.

⁽⁴⁾ Total pasivos / total capital contable.

⁽⁵⁾ Deuda total / préstamos bancarios L.P. + capital contable

Deuda total = préstamos bancarios C.P. + vencimientos del pasivo L.P. a C.P. + préstamos bancarios L.P. y documentos por pagar.

Préstamos bancarios L.P. = préstamos bancarios y documentos por pagar.

FEMSA
Balance General Consolidado
Al 30 de septiembre del:
(Millones de Pesos constantes del 30 de septiembre del 2005)

ACTIVOS	2005	2004	% Crecimiento
Efectivo y valores de realiz. inmediata	8,533	8,048	6.0
Cuentas por cobrar	4,818	4,432	8.7
Inventarios	7,937	7,521	5.5
Pagos anticipados y otros	1,744	1,085	60.7
Total activo circulante	23,032	21,086	9.2
Propiedad, planta y equipo, neto	44,021	45,435	(3.1)
Activos intangibles ⁽¹⁾	47,917	45,936	4.3
Cargos diferidos	6,107	6,714	(9.0)
Otros activos	3,171	2,619	21.1
TOTAL ACTIVOS	124,248	121,790	2.0

PASIVOS Y CAPITAL CONTABLE

Prestamos bancarios C.P.	1,127	8,301	(86.4)
Vencimientos del pasivo L.P. a C.P.	630	3,857	(83.7)
Intereses por pagar	469	482	(2.7)
Pasivo de operación	13,011	12,645	2.9
Total pasivo circulante	15,237	25,285	(39.7)
Prestamos bancarios y documentos por pagar	34,793	36,817	(5.5)
Impuestos diferidos	3,498	4,251	(17.7)
Obligaciones laborales y otros	5,894	5,249	12.3
Total pasivos	59,422	71,602	(17.0)
Total capital contable	64,826	50,188	29.2
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	124,248	121,790	2.0

⁽¹⁾ Incluye los activos intangibles generados por la adquisición de Panamco y del 30% de FEMSA Cerveza.

Mezcla de monedas y tasas	Septiembre 30, 2005			Junio 30, 2005		
	Ps.	% Integral	Tasa Promedio	Ps.	% Integral	Tasa Promedio
Contratado en:						
Pesos mexicanos	29,145	79.8%	9.9%	33,301	80.3%	10.0%
Dólares	6,690	18.3%	7.2%	7,109	17.1%	7.0%
Pesos Colombianos	375	1.0%	9.2%	674	1.6%	9.6%
Pesos Argentinos	299	0.8%	7.1%	307	0.8%	6.7%
Quetzales Guatemaltecos	41	0.1%	6.5%	53	0.1%	6.8%
Bolivares Venezolanos	-	0.0%	-	39	0.1%	11.8%
Deuda total	36,550	100.0%	9.3%	41,483	100.0%	9.5%
Tasa fija⁽¹⁾	32,061	87.7%		32,025	77.2%	
Tasa variable⁽¹⁾	4,489	12.3%		9,458	22.8%	

% de la Deuda total	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011+
Vencimientos de la deuda	4.8%	10.2%	6.7%	19.4%	18.7%	16.4%	23.8%

⁽¹⁾ Incluye el efecto de los swaps de tasa de interés.

Coca-Cola FEMSA
Resultados de Operación
Millones de pesos

	Por el tercer trimestre de:					Por los nueve meses de:				
	2005	% Integral	2004	% Integral	% Crecimiento	2005	% Integ.	2004	% Integral	% Crecimiento
Ventas netas	12,427	99.3	11,878	99.5	4.6	36,680	99.3	34,672	99.3	5.8
Otros ingresos de operación	92	0.7	60	0.5	53.3	263	0.7	253	0.7	3.8
Ingresos totales	12,519	100.0	11,938	100.0	4.9	36,943	100.0	34,925	100.0	5.8
Costo de ventas	6,336	50.6	6,062	50.8	4.5	18,816	50.9	17,838	51.1	5.5
Utilidad bruta	6,183	49.4	5,876	49.2	5.2	18,127	49.1	17,087	48.9	6.1
Gastos administración	682	5.4	699	5.9	(2.5)	2,043	5.5	2,098	6.0	(2.7)
Gastos venta	3,334	26.7	3,114	26.0	7.1	9,886	26.8	9,394	26.9	5.2
Gastos operación	4,016	32.1	3,813	31.9	5.3	11,929	32.3	11,492	32.9	3.8
Utilidad de operación	2,167	17.3	2,063	17.3	5.0	6,198	16.8	5,595	16.0	10.8
Depreciación	317	2.5	303	2.5	4.6	951	2.6	644	1.8	47.7
Amortización y otros	281	2.3	229	1.9	22.7	855	2.3	1,131	3.3	(24.4)
EBITDA	2,765	22.1	2,595	21.7	6.6	8,004	21.7	7,370	21.1	8.6
Inversión en activo fijo	502		530		(5.3)	1,085		1,299		(16.5)

Volumen de ventas

(Millones de cajas unidad)

	2005	% Integral	2004	% Integral	% Crecimiento	2005	% Integ.	2004	% Integral	% Crecimiento
México	262.3	55.6	256.3	55.9	2.3	768.7	55.0	741.6	55.6	3.7
Centroamérica	26.9	5.7	27.4	6.0	(1.8)	81.0	5.8	80.8	6.1	0.3
Colombia	45.4	9.6	40.5	8.8	12.1	132.0	9.4	122.0	9.2	8.2
Venezuela	44.3	9.4	45.2	9.9	(2.0)	129.9	9.3	126.7	9.5	2.5
Brasil	59.0	12.5	55.1	12.0	7.1	179.7	12.9	159.4	12.0	12.7
Argentina	34.3	7.3	33.9	7.4	1.2	105.6	7.6	102.5	7.6	2.9
Total Coca-Cola FEMSA	472.2	100.0	458.4	100.0	3.0	1,396.9	100.0	1,333.0	100.0	4.8

FEMSA Cerveza
Resultados de Operación
Millones de pesos

	Por el tercer trimestre de:					Por los nueve meses de:				
	2005	% Integral	2004	% Integral	% Crecimiento	2005	% Integ.	2004	% Integral	% Crecimiento
Ventas nacionales de cerveza	5,759	80.2	5,384	81.5	7.0	16,253	79.9	15,601	81.5	4.2
Ventas de exportación de cerveza	716	10.0	500	7.6	43.2	1,999	9.8	1,469	7.7	36.1
Ventas de cerveza	6,475	90.2	5,884	89.1	10.0	18,252	89.7	17,070	89.2	6.9
Ventas de empaque	679	9.4	661	10.0	2.7	1,991	9.8	1,917	10.0	3.9
Ventas netas	7,154	99.6	6,545	99.1	9.3	20,243	99.5	18,987	99.2	6.6
Otros ingresos de operación	27	0.4	60	0.9	(55.0)	109	0.5	156	0.8	(30.1)
Ingresos totales	7,181	100.0	6,605	100.0	8.7	20,352	100.0	19,143	100.0	6.3
Costo de ventas	2,839	39.5	2,716	41.1	4.5	8,217	40.4	7,896	41.2	4.1
Utilidad bruta	4,342	60.5	3,889	58.9	11.6	12,135	59.6	11,247	58.8	7.9
Gastos de administración	747	10.4	672	10.2	11.2	2,183	10.7	2,020	10.6	8.1
Gastos de venta	1,826	25.5	1,700	25.7	7.4	5,571	27.4	5,060	26.4	10.1
Gastos de operación	2,573	35.9	2,372	35.9	8.5	7,754	38.1	7,080	37.0	9.5
Utilidad de operación antes de servicios corporativos	1,769	24.6	1,517	23.0	16.6	4,381	21.5	4,167	21.8	5.1
Servicios corporativos	114	1.6	125	1.9	(8.8)	307	1.5	400	2.1	(23.3)
Utilidad de operación	1,655	23.0	1,392	21.1	18.9	4,074	20.0	3,767	19.7	8.1
Depreciación	366	5.1	376	5.7	(2.7)	1,097	5.4	1,117	5.8	(1.8)
Amortización y otros	512	7.2	502	7.6	2.0	1,582	7.8	1,557	8.1	1.6
EBITDA	2,533	35.3	2,270	34.4	11.6	6,753	33.2	6,441	33.6	4.8
Inversión en activo fijo	658		787		(16.4)	1,994		2,258		(11.7)
Volumen de ventas (Miles de hectolitros)										
Nacional	6,381.0	89.8	6,048.0	90.9	5.5	18,234.0	90.4	17,443.0	90.7	4.5
Exportación	722.5	10.2	608.8	9.1	18.7	1,940.8	9.6	1,788.0	9.3	8.5
Total	7,103.5	100.0	6,656.8	100.0	6.7	20,174.8	100.0	19,231.0	100.0	4.9
Precio por hectolitro										
Nacional	902.5		890.2		1.4	891.4		894.4		(0.3)
Exportación	991.0		821.3		20.7	1,030.0		821.6		25.4
Total	911.5		883.9		3.1	904.7		887.6		1.9
Mezcla por presentación (%)										
Retomable	4,379.9	61.7	4,304.8	64.7	1.7	12,607.4	62.5	12,588.2	65.5	0.2
No Retomable	714.4	10.0	647.5	9.7	10.3	2,046.1	10.1	1,874.2	9.7	9.2
Lata	2,009.2	28.3	1,704.5	25.6	17.9	5,521.3	27.4	4,768.6	24.8	15.8
Total	7,103.5	100.0	6,656.8	100.0	6.7	20,174.8	100.0	19,231.0	100.0	4.9

FEMSA Comercio
Resultados de Operación
Millones de pesos

	Por el tercer trimestre de:					Por los nueve meses de:				
	2005	% Integral	2004	% Integral	% Crecimiento	2005	% Integ.	2004	% Integral	% Crecimiento
Ventas netas	7,466	100.0	6,184	100.0	20.7	20,762	100.0	16,848	100.0	23.2
Otros ingresos de operación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ingresos totales	7,466	100.0	6,184	100.0	20.7	20,762	100.0	16,848	100.0	23.2
Costo de ventas	5,533	74.1	4,542	73.4	21.8	15,397	74.2	12,426	73.8	23.9
Utilidad bruta	1,933	25.9	1,642	26.6	17.7	5,365	25.8	4,422	26.2	21.3
Gastos de administración	125	1.7	114	1.8	9.6	353	1.7	329	2.0	7.3
Gastos de venta	1,506	20.2	1,273	20.7	18.3	4,190	20.1	3,417	20.2	22.6
Gastos de operación	1,631	21.9	1,387	22.5	17.6	4,543	21.8	3,746	22.2	21.3
Utilidad de operación antes de servicios corporativos	302	4.0	255	4.1	18.4	822	4.0	676	4.0	21.6
Servicios corporativos	30	0.4	31	0.5	(3.2)	78	0.4	88	0.5	(11.4)
Utilidad de operación	272	3.6	224	3.6	21.4	744	3.6	588	3.5	26.5
Depreciación	82	1.1	57	0.9	43.9	237	1.1	153	0.9	54.9
Amortización y otros	71	1.0	61	1.0	16.4	203	1.0	173	1.0	17.3
EBITDA	425	5.7	342	5.5	24.3	1,184	5.7	914	5.4	29.5
Inversión en activo fijo	375		495		(24.2)	826		1,269		(34.9)

Información de Tiendas de Conveniencia

Tiendas totales						3,782		3,259		16.0
Tiendas nuevas	122		243 ⁽²⁾		(49.8)	316		461		(31.5)
Mismas tiendas: ⁽¹⁾										
Ventas (miles de pesos)	607.0		565.1		7.4	579.6		538.6		7.6
Tráfico	22.9		21.5		6.9	21.9		20.3		7.6
Ticket	26.4		26.3		0.5	26.5		26.5		(0.0)

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

⁽²⁾ Incluye 70 tiendas Oxxo previamente reportadas en el segundo trimestre del 2004.

FEMSA**Otra Información Financiera****INFORMACIÓN MACROECONÓMICA**

	Inflación		Tipo de Cambio	
	Septiembre 04 - Septiembre-05	Junio 05 - Septiembre-05	Por USD	Por Peso
México	3.51%	0.91%	10.8131	1.0000
Colombia	5.00%	0.77%	2,289.6100	0.0047
Venezuela	15.96%	3.34%	2,150.0000	0.0050
Brasil	4.80%	-0.11%	2.2222	4.8659
Argentina	9.59%	2.21%	2.9100	3.7158



2005

RESULTADOS TERCER TRIMESTRE Y NUEVE MESES

	Tercer Trimestre			Nueve Meses		
	2005	2004	Δ%	2005	2004	Δ%
Ingresos Totales	12,519	11,938	4.9%	36,943	34,925	5.8%
Utilidad Bruta	6,183	5,876	5.2%	18,127	17,087	6.1%
Utilidad de Operación	2,167	2,063	5.0%	6,198	5,595	10.8%
Utilidad Neta Mayoritaria	1,135	1,321	-14.1%	3,146	4,048	-22.3%
Flujo Operativo ⁽¹⁾	2,765	2,595	6.5%	8,004	7,370	8.6%
Deuda Neta ⁽²⁾⁽³⁾	19,075	21,697		19,075	21,697	
Flujo Operativo ⁽¹⁾ / Gastos Financieros	4.05	4.21		4.42	3.88	
Utilidad Neta Mayoritaria por Acción	0.61	0.72		1.70	2.19	
Promedio de Acciones en Circulación	1,846.5	1,846.4		1,846.5	1,846.4	

Expresado en millones de Pesos mexicanos de Poder Adquisitivo al 30 de septiembre de 2005, excepto Utilidad Neta Mayoritaria por Acción.

(1) Flujo Operativo = Utilidad de Operación + Depreciación + Amortización y Otros Cargos Virtuales. Ver tabla de reconciliaciones en la página 11.

(2) Las cifras de 2004 se refieren al 31 de diciembre de 2004

(3) Deuda Neta = Deuda Total - Caja

- Los ingresos totales en el tercer trimestre de 2005 incrementaron 4.9% alcanzando Ps. 12,519 millones.
- La utilidad de operación consolidada creció 5.0% a Ps. 2,167 millones y el margen operativo permaneció estable en 17.3% en el tercer trimestre de 2005.
- La utilidad neta consolidada decreció 14.1% a Ps. 1,135 millones, resultando en una utilidad neta por acción de Ps. 0.61 durante el tercer trimestre de 2005.

Ciudad de México (Octubre 28, 2005), 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 en términos de volumen de ventas, anunció hoy sus resultados consolidados para el tercer trimestre de 2005.

“En términos generales, nuestro desempeño continúa siendo favorecido por el desarrollo e implementación de nuestros modelos de multi-segmentación, nuestra experiencia compartiendo mejores prácticas comerciales y la optimización de nuestra cadena de valor.

Operacionalmente, México y Brasil representaron la mayoría del crecimiento de nuestros ingresos y utilidad en el trimestre. La fortaleza de la marca *Coca-Cola* y el inicio de nuestra estrategia de multi-segmentación fomentaron el crecimiento año contra año en México. Adicionalmente, nuestro nuevo modelo de negocios—incluyendo el rediseño de la estrategia en la forma de ir al mercado, la reintroducción de empaques retornables y una mejor coordinación con el sistema de embotelladores de Coca-Cola impulsaron el continuo crecimiento en Brasil,” comentó Carlos Salazar, Director General de la Compañía.

Información de la Acción

Bolsa de Mexicana de Valores
Clave de Cotización: KOFL

NYSE (ADR)
Clave de Cotización: KOF

Razón de KOF L a KOF = 10:1



Para mayor información:

Relación con Inversionistas

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

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

Oscar García
oscar.garcia@kof.com.mx
(5255) 5081-5186

Website:
www.coca-colafemsa.com

RESULTADOS CONSOLIDADOS

Nuestros ingresos consolidados incrementaron 4.9% a Ps 12,519 millones en el tercer trimestre de 2005, como resultado de incrementos en todos nuestros territorios a excepción de Centroamérica. Más del 85% de nuestro crecimiento provino de México, Brasil y Colombia. El precio promedio por caja unidad fue Ps. 26.32 (US\$ 2.43)², 1.6% más alto que durante el tercer trimestre de 2005, comparado con el mismo periodo del año anterior, debido a incrementos en los precios promedio a lo largo de nuestros territorios, excepto en Centroamérica y Colombia.

El volumen total de ventas creció 3.0% a 472.2 millones de cajas unidad en el tercer trimestre de 2005, comparado con el mismo periodo de 2004. El crecimiento del volumen de ventas en México, Colombia y Brasil compensó por completo la disminución del volumen de ventas en Venezuela y Centroamérica. El volumen de ventas de refrescos aumentó 2.6% a 399.3 millones de cajas unidad, impulsado por volúmenes incrementales en México, Colombia y Brasil.

Nuestra utilidad bruta incrementó 5.2% a Ps. 6,183 millones en el tercer trimestre de 2005, comparado con el mismo periodo del año anterior; México representó más del 80% de este crecimiento. El margen bruto aumentó 20 puntos base a 49.4% en el tercer trimestre de 2005 de 49.2% en el mismo periodo de 2004.

Nuestra utilidad de operación consolidada creció 5.0% a Ps. 2,167 millones en el tercer trimestre de 2005, impulsada principalmente por incrementos en la utilidad de operación de México y Brasil, lo cual compensó por completo la disminución en Centroamérica, Colombia y Argentina. Nuestro margen de utilidad operativa permaneció estable en 17.3% en el tercer trimestre de 2005, comparado con el mismo periodo del año anterior.

Durante el tercer trimestre de 2005, nuestro costo integral de financiamiento fue Ps. 351 millones, reflejando i) una disminución en los ingresos por intereses como resultado de una reducción del balance en caja, ii) un incremento en los gastos por intereses debido principalmente a una mayor proporción de deuda en pesos mexicanos, la cual tiene tasas de interés más altas, iii) una depreciación del peso mexicano frente al dólar de junio a septiembre de 2005, comparada con una apreciación durante el mismo periodo de 2004 y iv) una menor inflación aplicada a nuestra posición monetaria.

Durante el tercer trimestre de 2005, la tasa efectiva de impuestos fue de 33.6%, reflejando una reducción en la tasa de impuesto sobre la renta en México.

Nuestra utilidad neta mayoritaria fue de Ps. 1,135 millones en el tercer trimestre de 2005, una disminución de 14.1% comparada con el mismo periodo del año anterior, debido principalmente a un incremento en el costo integral de financiamiento durante 2005. La utilidad neta por acción ("UPA") fue de Ps. 0.61 (US\$ 0.56 por ADR) calculada con base a 1,846.5 millones de acciones en circulación (cada ADR representa 10 acciones locales).

² Considerando un tipo de cambio de Ps. 10.8131 por U.S. dólar.

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO

Al 30 de septiembre de 2005, el saldo en caja de Coca-Cola FEMSA fue de Ps. 2,678 millones (US\$ 248 millones), una disminución de Ps. 1,103 millones (US\$ 102 millones) comparado con el 31 de diciembre de 2004, como resultado de caja utilizada para reducir el nivel de deuda en relación al vencimiento de uno de nuestros "Certificados Bursátiles", como mencionamos en nuestro comunicado de prensa del trimestre anterior, y para prepagos de deuda bancaria. La disminución en caja por el capital de trabajo se debió a la estacionalidad de nuestro negocio y a pagos de impuestos que estaban provisionados al cierre de año de 2004.

La deuda total a corto plazo fue de Ps. 1,109 millones (US\$ 103 millones) y la deuda a largo plazo fue de Ps. 20,644 millones (US\$ 1,909 millones). Durante los primeros nueve meses de 2005 la reducción efectiva de deuda neta fue de Ps. 1,880 millones (US\$ 174 millones). Los pagos de deuda bruta fueron de Ps. 2,983 millones (US\$ 276 millones) y nuestro saldo en caja disminuyó en Ps. 1,103 millones (US\$ 102 millones).

El costo promedio de la deuda durante el tercer trimestre fue de 8.8%, la siguiente tabla muestra la composición de la deuda por moneda y tasa de interés, al 30 de septiembre de 2005:

Moneda	% Deuda Total ⁽²⁾	% Tasa de Interés Variable ⁽²⁾⁽³⁾
U.S. dólares	22%	10%
Pesos mexicanos	72%	5%
Pesos colombianos	4%	39%
Otros ⁽¹⁾	1%	100%

⁽¹⁾ Incluye el equivalente de US\$ 27.7 millones denominados en pesos argentinos y US\$ 3.8 millones denominados en quetzales guatemaltecos.

⁽²⁾ Después de dar efecto a los swaps de tipo de cambio.

⁽³⁾ Después de dar efecto a los swaps de tasa de interés.

Estado de Cambios en la Situación Financiera Consolidado

Expresado en millones de Pesos mexicanos y U.S. dólares al 30 de septiembre de 2005

	Ene - Sep 2005	
	Ps.	USD ⁽¹⁾
Utilidad neta	3,166	292
Cargos virtuales	1,596	148
	4,762	440
Cambios en el capital de trabajo	(589)	(54)
RNGO⁽²⁾ antes de cambios en principios contables	4,173	386
RNGO⁽²⁾	4,173	386
Recursos netos utilizados en actividades de inversión	(1,124)	(104)
Pago de dividendos	(626)	(58)
Pago de deuda	(2,983)	(276)
Transacciones financieras	(543)	(50)
Incremento neto en efectivo	(1,103)	(102)
Efectivo al inicio del periodo	3,781	350
Efectivo al final del periodo	2,678	248

⁽¹⁾ Considera un tipo de cambio de Ps. 10.8131 por U.S. dólar

⁽²⁾ Recursos netos generados por la operación

RESULTADOS DE OPERACIÓN EN MÉXICO

Ingresos

Los ingresos de nuestras operaciones en México incrementaron 4.6% a Ps. 7,225 millones en el tercer trimestre de 2005, comparado con el mismo periodo del año anterior. El crecimiento en el volumen de ventas y el incremento en el precio promedio representaron cada uno aproximadamente el 50% de los ingresos incrementales. El precio promedio por caja unidad aumentó 1.9% a Ps. 27.33 (US\$ 2.53) en el tercer trimestre de 2005. El incremento en el precio promedio por caja unidad fue resultado de volumen incremental de la marca *Coca-Cola* en presentaciones personales, las cuales tienen un precio promedio por caja unidad más alto. Excluyendo el volumen de agua *Ciel* en las presentaciones de 5.0, 19.0 y 20.0 litros nuestro precio promedio fue de Ps 31.45 (US\$ 2.91).

El volumen total de ventas incrementó 2.3% a 262.3 millones de cajas unidad en el tercer trimestre de 2005, comparado con el mismo trimestre de 2004. El incremento en el volumen de ventas de refrescos y bebidas no carbonatadas, incluyendo agua en presentaciones personales, representó más del 65% de nuestro volumen incremental, el resto fue resultado principalmente de volumen incremental de ventas de agua en garrafón. El volumen de ventas de refrescos aumentó 1.5% comparado con el mismo periodo del año anterior, impulsado por la marca *Coca-Cola*. Excluyendo agua embotellada, el segmento de bebidas no carbonatadas creció 33.3% de una base pequeña en el tercer trimestre de 2005, como resultado de volumen incremental de *Ciel Aquarius* y *Powerade*.

Utilidad de Operación

Nuestra utilidad bruta creció 7.6% a Ps. 3,898 millones en el tercer trimestre de 2005, comparado con el mismo periodo de 2004, resultando en una expansión en el margen bruto de 140 puntos base a 53.9%. Este incremento fue resultado de una disminución en el costo de edulcorante, como resultado del efecto combinado de menores precios de azúcar y el uso de alta fructosa, la cual tiene menor precio que el azúcar, y la apreciación del peso mexicano año contra año aplicada a nuestros costos denominados en dólares, que en conjunto compensaron por completo los incrementos año contra año en precios de la resina de polietileno de tereftalato ("PET").

Los gastos de operación incrementaron 110 puntos base, como porcentaje de los ingresos totales, a 31.9% en el tercer trimestre de 2005, de 30.8% en el mismo periodo de 2004, como resultado de un incremento en el gasto de rotura de envase retornable y gastos relacionados con las continuas iniciativas de creación de valor. La utilidad de operación incrementó 6.6% a Ps. 1,594 millones en el tercer trimestre de 2005, resultando en 50 puntos base de mejora en el margen de utilidad de operación.

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

Ingresos

Los ingresos decrecieron 3.5% a Ps. 820 millones en el tercer trimestre de 2005, comparado con el mismo periodo del año anterior, debido a menor precio promedio por caja unidad. El precio promedio por caja unidad disminuyó 2.6% a Ps. 30.18 (US\$ 2.79), principalmente como resultado de un entorno más competido en Nicaragua y Costa Rica, y a un cambio en la mezcla de nuestros empaques familiares hacia presentaciones más grandes.

El volumen total de ventas disminuyó 1.8% a 26.9 millones de cajas unidad en el tercer trimestre de 2005, comparado con el mismo periodo de 2004. La reducción de volumen fue resultado de una disminución de 2.7% en el volumen de ventas de refrescos a causa de un entorno más competitivo, lo cual no fue compensado por el 13.3% de crecimiento en agua embotellada y bebidas no carbonatadas.

Utilidad de Operación

La utilidad bruta decreció 2.3% en el tercer trimestre de 2005, comparado con el mismo periodo de 2004, a Ps. 375 millones. Sin embargo, como porcentaje de los ingresos totales el margen bruto incrementó 50 puntos base, debido principalmente a menores costos por caja unidad derivados de la estandarización en prácticas contables relacionadas con los gastos de rotura de envase retornable, que ahora son registrados en los gastos de operación

Nuestra utilidad de operación disminuyó 14.9% a Ps. 86 millones en el tercer trimestre de 2005, comparado con el mismo periodo de 2004, derivado de una menor absorción de costos fijos como resultado de menores ingresos y un ligero incremento en los gastos de operación. El margen de operación fue de 10.5% en el tercer trimestre de 2005, una disminución de 140 puntos base.

RESULTADOS DE OPERACIÓN EN COLOMBIA

Ingresos

Los ingresos totales incrementaron 8.0% a Ps. 1,202 millones en el tercer trimestre de 2005, comparado con el tercer trimestre de 2004. El crecimiento del volumen de ventas compensó por completo la disminución en el precio promedio. A pesar de incrementos de precios implementados durante el trimestre, no logramos compensar la inflación de los últimos doce meses, resultando en una reducción del precio promedio por caja unidad de 3.5% a Ps. 26.53 (US\$ 2.45)

El volumen total de ventas fue de 45.4 millones de cajas unidad en el tercer trimestre de 2005, un incremento de 12.1%, comparado con el mismo periodo de 2004. El volumen de ventas de refrescos registró un fuerte crecimiento de 14.7%, lo cual compensó por completo una ligera disminución en el volumen de ventas de otras categorías. La marca de refrescos de sabores *Crush* fue cerca del 75% del volumen incremental y la marca *Coca-Cola* representó la mayoría de la diferencia.

Utilidad de Operación

La utilidad bruta disminuyó 1.5% a Ps. 544 millones en el tercer trimestre de 2005, comparado con el mismo periodo del año anterior, resultando en un margen bruto de 45.2%. La disminución en el margen bruto de 440 puntos base fue resultado de un efecto combinado de menor precio promedio por caja unidad y mayor costo por caja unidad debido al cambio en la mezcla de empaques hacia presentaciones no retornables, las cuales crecieron como porcentaje del volumen total de ventas a 47.6% de 41.8% en el tercer trimestre de 2004.

A pesar de incrementos en los gastos de mercadotecnia y mayores gastos como resultado de la introducción de botellas retornables, ambos relacionados con la introducción de la marca *Crush*, nuestros gastos de operación disminuyeron como porcentaje de los ingresos totales, derivado de mejores prácticas de ejecución, las cuales resultaron en una reducción de gastos de flete y de rotura de envase retornable. Nuestra utilidad de operación disminuyó 7.3% a Ps. 153 millones, debido principalmente a la disminución en la utilidad bruta, resultando en una reducción de margen de 210 puntos base.

RESULTADOS DE OPERACIÓN EN VENEZUELA

Ingresos

Los ingresos de nuestras operaciones en Venezuela incrementaron 6.5% a Ps. 1,224 millones en el tercer trimestre de 2005, comparado con el mismo periodo de 2004, debido al incremento del precio promedio por caja unidad, el cual compensó por completo la disminución de 2.0% en el volumen de ventas. Nuestro precio promedio por caja unida aumentó 8.3% a Ps. 27.53 (US\$ 2.55) como resultado de incrementos de precios implementados durante los últimos doce meses.

El volumen total de ventas disminuyó 2.0% a 44.3 millones de cajas unidad durante el tercer trimestre de 2005, comparado con el mismo periodo del año anterior, debido a la disminución del volumen de ventas de refrescos de sabores, la cual no fue compensada por completo el incremento en el volumen de ventas de marca *Coca-Cola*.

Utilidad de Operación

La utilidad bruta disminuyó 1.4% a Ps. 479 millones en el tercer trimestre de 2005, comparado con el mismo periodo del año anterior. Como porcentaje de los ingresos totales, nuestro margen bruto disminuyó a 39.1% en el tercer trimestre de 2005 de 42.3% en el mismo periodo de 2004. Esta reducción fue resultado de incrementos en los precios de materias primas y un cambio en la mezcla de empaques hacia presentaciones no retornables, las cuales crecieron como porcentaje del volumen total de ventas a 71.6% de 66.3% en el tercer trimestre de 2004.

Los gastos de operación decrecieron 1.8% a Ps. 425 millones en el tercer trimestre de 2005, como resultado del avance alcanzado en la estandarización de procesos administrativos y comerciales, el cual compensó por completo los incrementos salariales. La utilidad de operación creció 1.9% a Ps. 54 millones en el tercer trimestre de 2005; sin embargo, la disminución en gastos de operación no compensó por un mayor costo por caja unidad, resultando en una disminución del margen operativo de 20 puntos base a 4.4% en el tercer trimestre de 2005 comparado con el mismo periodo de 2004.

RESULTADOS DE OPERACIÓN EN ARGENTINA

Ingresos

En el tercer trimestre de 2005, nuestros ingresos totales aumentaron 2.4% a Ps. 639 millones, comparado con el mismo periodo del año anterior. El precio promedio por caja unidad creció 3.1% a Ps. 18.05 (US\$ 1.67), como resultado de i) un cambio positivo en la mezcla de producto hacia presentaciones personales en las marcas principales y premium, las cuales tienen un precio promedio por caja unidad más alto, ii), volúmenes incrementales de refrescos de los segmentos de marcas principales y premium combinando con un fuerte desempeño de nuestro portafolio de bebidas no carbonatadas e iii) incrementos de precio implementados durante el trimestre.

El volumen total de ventas incrementó 1.2% a 34.3 millones de cajas unidad, como resultado de volumen incremental de refrescos de marcas principales y premium, los cuales compensaron por completo la disminución del volumen de nuestras marcas de protección de valor. Las bebidas no carbonatadas y el agua embotellada duplicaron su tamaño, representando el 3.2% del volumen de ventas total.

Utilidad de Operación

Nuestra utilidad bruta aumentó 1.6% a Ps. 257 millones, comparado con el tercer trimestre de 2004. El margen bruto fue de 40.3% en el tercer trimestre de 2005, una disminución de 30 puntos base comparado con el mismo periodo de 2004, debido a mayores precios de la resina PET y al incremento en el costo laboral.

Los gastos de operación en el tercer trimestre de 2005 crecieron 9.3% comparado con el mismo periodo de 2004, debido a mayores gastos de flete y al incremento en los salarios. El crecimiento de los ingresos compensó parcialmente el incremento en costos y gastos, resultando en una disminución de la utilidad operativa de 9.7% a Ps. 93 millones en el tercer trimestre de 2005.

RESULTADOS DE OPERACIÓN EN BRASIL

A partir del segundo trimestre de 2005, no consolidamos la cerveza que distribuimos en Brasil en nuestro volumen de ventas y en ventas netas. En su lugar, la cantidad que recibimos por la distribución de cerveza en Brasil, está incluida en otros ingresos de operación. Hemos reclasificado los periodos previos en este comunicado para efectos de comparación. Consideramos que esta forma de presentar los resultados refleja de una mejor manera el desempeño de nuestras principales operaciones.

Ingresos

Nuestros ingresos totales incrementaron 7.6% a Ps. 1,434 millones en el tercer trimestre de 2005, comparado con el mismo periodo de 2004, como resultado principalmente de un crecimiento en el volumen de ventas ya que el precio promedio por caja unidad permaneció estable en términos reales en Ps. 23.67 (US\$ 2.19).

El volumen total de ventas aumentó 7.1% a 59.0 millones de cajas unidad en el tercer trimestre de 2005. Este incremento incluyó un crecimiento de 6.8% en el volumen de refrescos, impulsado principalmente por las marcas *Coca-Cola* y *Fanta*, las cuales representaron más del 85% del volumen incremental durante el trimestre. El volumen de agua incrementó 11.8% en el trimestre, debido a un mayor enfoque hacia la marca *Crystal*, tanto en mercadotecnia como en ejecución.

Utilidad de Operación

Durante el tercer trimestre de 2005, nuestra utilidad bruta incrementó 15.9% a Ps. 685 millones, comparado con el mismo periodo del año anterior. El margen bruto aumentó 350 puntos base a 47.8%; las eficiencias de manufactura y la apreciación del real en Brasil frente al dólar, aplicada a nuestros costos de materia prima denominados en dólares, compensaron por completo el incremento en los precios de materias primas.

Nuestros gastos de operación como porcentaje de los ingresos totales disminuyeron 70 puntos base en el tercer trimestre de 2005 de 32.7% a 33.4% en el mismo periodo de 2004, como resultado de mayores ingresos y mejoras operativas, entre ellas el incremento en la eficiencia de preventa. La utilidad de operación fue de Ps. 217 millones en el tercer trimestre de 2005, resultando en una expansión de 410 puntos base en el margen operativo a 15.1% en el tercer trimestre de 2005 de 11.0% en el mismo periodo de 2004.

RESUMEN DE LOS RESULTADOS DE LOS NUEVE MESES

Nuestros ingresos totales consolidados incrementaron 5.8% a Ps. 36,943 millones en los primeros nueve meses de 2005, comparado con los primeros nueve meses de 2004, como resultados del crecimiento en todos nuestros territorios, a excepción de Centroamérica. Más del 80% de nuestro crecimiento provino de México, Brasil y Colombia. El precio promedio por caja unidad consolidado aumentó 1.0% a Ps. 26.26 (US\$ 2.43) en los primeros nueve meses de 2005. El precio promedio incrementó en todos nuestros territorios excepto en Centroamérica.

El volumen total de ventas aumentó 4.8% a 1,396.9 millones de cajas unidad en los primeros nueve meses de 2005, comparado con el mismo periodo del año anterior. El crecimiento en el volumen de ventas de México y Brasil representó más del 75% de nuestro volumen incremental. El volumen de ventas de refrescos incrementó 4.1% a 1,177.1 millones de cajas unidad, impulsado por volumen incremental en todas nuestras operaciones, con excepción de Centroamérica.

Nuestra utilidad bruta creció 6.1% a Ps. 18,127 millones en los primeros nueve meses de 2005, comparado con los primeros nueve meses del año anterior, como resultado de un crecimiento de la utilidad bruta en todos nuestros territorios, excepto Centroamérica. Más del 85% de este crecimiento provino de Brasil y México. El margen bruto incrementó a 49.1% durante los primeros nueve meses de 2005 de 48.9% en los primeros nueve meses de 2004, como resultado de mayores ingresos en todos nuestros territorios excepto Centroamérica.

Nuestra utilidad de operación consolidada aumentó 10.8% a Ps. 6,198 millones en los primeros nueve meses de 2005, comparado con el mismo periodo de 2004. Brasil y México representaron más del 90% de este crecimiento. Nuestro margen de operación mejoró 80 puntos base a 16.8% en los primeros nueve meses de 2005.

Nuestra utilidad neta mayoritaria consolidada fue de Ps. 3,146 millones en los primeros nueve meses de 2005, una disminución de 22.3%, comparado con los primeros nueve meses de 2004, debido a un efecto no recurrente que incrementó la utilidad neta durante 2004³ y a un efecto no recurrente que disminuyó la utilidad neta en el primer trimestre de 2005⁴. La UPA fue de Ps. 1.70 (US\$ 1.57 por ADR) calculada en base a 1,846.5 millones de acciones en circulación (cada ADR representa 10 acciones locales). Excluyendo los efectos mencionados anteriormente la utilidad neta mayoritaria hubiera crecido 16.2%.

EVENTOS RECIENTES

- The Coca-Cola Company nos ha informado que durante un periodo de tres años, incrementará los precios de concentrado para los refrescos en México y Brasil. En México, los incrementos elevarán el costo de los refrescos en presentaciones no-retornables.

Basado en nuestros estimados internos de ingresos y mezcla de volumen de ventas, el costo incremental en México sería de aproximadamente US\$ 20 millones en 2007, incrementando en una cantidad similar gradualmente durante los siguientes dos años, alcanzando alrededor de US\$ 60 millones para 2009. En Brasil, el incremento afectará todas las presentaciones de refrescos, y basados en el mismo estimado, nuestro costo incrementará aproximadamente US\$ 1.0 millón en 2006, aumentando en una cantidad similar gradualmente durante los siguientes dos años, alcanzando alrededor de US\$ 3.8 millones para 2008.

Le hemos informado a The Coca-Cola Company que con el objetivo de compensar el impacto a nuestra rentabilidad a consecuencia de dichos incrementos, tenemos la intención de reducir nuestra contribución a los gastos de mercadotecnia de sus marcas en México y Brasil, a partir de las mismas fechas en que se lleven a cabo dichos incrementos.

³ Durante el segundo trimestre de 2004 obtuvimos una devolución de impuestos relacionada a una deducción de pérdidas generada por una venta de acciones durante 2002 por la cantidad de Ps. 1,325 millones; adicionalmente hubo un cargo a resultados por la cantidad de Ps. 88 millones relacionado con intereses y ajustes generados por un cambio en el criterio de la deducción de refrigeradores en México. El efecto neto de estas transacciones fue de Ps. 1,237 millones.

⁴ Como comentamos en el primer trimestre de 2005, las autoridades fiscales revisaron el pago relacionado con el cambio en el criterio que requiere que los refrigeradores sean tratados como activos fijos con vidas útiles definidas, el cual resultó en un pago adicional no recurrente en México por la cantidad de Ps. 119 millones.

INFORMACIÓN PARA LA CONFERENCIA TELEFÓNICA

Nuestra Conferencia telefónica del tercer trimestre de 2005 se llevará a cabo el 28 de octubre de 2005 a las 11:00 A.M. Tiempo del Este (10:00 A.M. hora de México). Para participar en la conferencia telefónica, favor de marcar: U.S. locales: 800-561-2601 e Internacional: 617-614-3518. Adicionalmente estará disponible la transmisión en vivo a través de internet en www.coca-colafemsa.com

Si usted no puede participar en la Conferencia en tiempo real, una repetición de la misma estará disponible hasta el 4 de noviembre de 2005. Para escuchar la repetición, favor de marcar: U.S. locales: 888-286-8010. Internacional: 617-801-6888. Contraseña: 98344233.



Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. produce y distribuye *Coca-Cola*, *Sprite*, *Fanta*, *Lift* y otros productos de las marcas de The Coca-Cola Company en México (una parte importante del centro de México, incluyendo la ciudad de México y el Sureste de México), Guatemala (la ciudad de Guatemala y sus alrededores), Nicaragua (todo el país), Costa Rica (todo el país), Panamá (todo el país), Colombia (la mayoría del país), Venezuela (todo el país), Brasil (São Paulo, Campiñas, Santos el estado de Mato Grosso do Sul 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 30 plantas embotelladoras en los países en Latinoamérica y atiende aproximadamente 1,500,000 detallistas en la región. 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 septiembre de 2005. Para fines de comparación las cifras de la compañía para 2005 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 septiembre de 2005. Además, todas las comparaciones para el tercer trimestre de 2005 contenidas en este reporte, han sido hechas contra cifras del periodo comparable de 2004, 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 estadounidenses únicamente para comodidad del lector. Estas conversiones no deben ser interpretadas como declaraciones de que las cifras en pesos realmente representan tales cifras en dólares americanos o que pueden ser convertidas según las tasas indicadas.



(a continuación 7 págs de tablas)

Estado de Situación Financiera Consolidado

Expresado en millones de Pesos mexicanos de Poder Adquisitivo al 30 de Septiembre de 2005

ACTIVO		Sep-05		Dic-04
Activos circulantes				
Efectivo y valores de realiz. inm.	Ps.	2,678	Ps.	3,781
Total cuentas por cobrar		1,769		2,226
Inventarios		2,623		2,585
Pagos anticipados y otros		822		880
Total activos circulantes		7,892		9,472
Propiedad, planta y equipo				
Propiedad, planta y equipo		30,700		31,164
Depreciación acumulada		-13,393		-13,018
Botellas y cajas, neto		951		1,071
Total propiedad, planta y equipo		18,258		19,217
Inversión en acciones y otros		539		445
Cargos diferidos neto		1,416		1,552
Activos intangibles		38,725		38,246
TOTAL ACTIVO	Ps.	66,830	Ps.	68,932

PASIVO Y CAPITAL CONTABLE		Sep-05		Dic-04
Pasivo circulante				
Deuda a corto plazo y documentos	Ps.	1,109	Ps.	3,346
Intereses por pagar		400		319
Proveedores		3,725		4,268
Otros pasivos		2,606		3,145
Pasivo circulante		7,840		11,078
Préstamos bancarios a largo plazo		20,644		22,132
Plan de pensiones, prima de antigüedad y otros		672		658
Otros pasivos		4,395		4,203
Total pasivo		33,551		38,071
Capital Contable				
Interés minoritario		725		734
Interés mayoritario:				
Capital social		2,841		2,841
Prima en suscripción de acciones		12,157		12,157
Utilidades retenidas		17,108		12,209
Utilidad neta del periodo		3,146		5,525
Resultado acumulado por tenencia de activos no monetarios		-2,698		-2,605
Total interés mayoritario		32,554		30,127
Total capital contable		33,279		30,861
TOTAL PASIVO Y CAPITAL	Ps.	66,830	Ps.	68,932

Estado de Resultados

Expresado en millones de Pesos mexicanos⁽¹⁾ de poder adquisitivo al 30 de septiembre de 2005

	3T 05	3T 04	ACUM 05	ACUM 04
Volumen (millones de cajas unidad)	472.2	458.4	1,396.9	1,333.0
Precio promedio por caja unidad	26.32	25.91	26.26	26.01
Ventas netas	12,427	11,878	36,680	34,672
Otros ingresos de operación	92	60	263	253
Ingresos totales	12,519	11,938	36,943	34,925
Costo de ventas	6,336	6,062	18,816	17,838
Utilidad bruta	6,183	5,876	18,127	17,087
Gastos de Operación	4,016	3,813	11,929	11,492
Utilidad de operación	2,167	2,063	6,198	5,595
Gastos financieros	682	616	1,812	1,898
Productos financieros	76	190	224	285
Gastos financieros, neto	606	426	1,588	1,613
Pérdida (ganancia) cambiaria	4	(107)	(236)	106
Ganancia por posición monetaria	(259)	(469)	(416)	(984)
Costo integral de financ.	351	(150)	936	735
Otros (prod.), gastos, neto	96	(121)	311	285
Utilidad antes de impuestos	1,720	2,334	4,951	4,575
Impuestos	578	1,001	1,785	515
Utilidad neta consolidada antes de cambios en	1,142	1,332	3,166	4,060
Utilidad neta consolidada	1,142	1,332	3,166	4,060
Utilidad mayoritaria	1,135	1,321	3,146	4,048
Utilidad minoritaria	7	12	20	13
Utilidad de operación	2,167	2,063	6,198	5,595
Depreciación	317	303	951	960
Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	281	229	855	815
Flujo operativo ⁽³⁾	2,765	2,595	8,004	7,370

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

(2) Incluye el gasto por rotura de botellas retornables.

(3) Flujo Operativo = Utilidad de Operación + Depreciación + Amortización y Otros cargos virtuales.

Operaciones en México y Centroamérica

Operaciones en México

Expresado en millones de Pesos mexicanos⁽¹⁾ de poder adquisitivo al 30 de septiembre de 2005

	3T 05	% Ing	3T 04	% Ing	ACUM 05	% Ing	ACUM 04	% Ing
Volumen (millones de cajas unidad)	262.3		256.3		768.7		741.6	
Precio promedio por caja unidad	27.33		26.83		27.26		27.26	
Ventas netas	7,172		6,876		20,951		20,217	
Otros ingresos de operación	53		31		180		110	
Ingresos totales	7,225	100.0%	6,907	100.0%	21,131	100.0%	20,327	100.0%
Costo de ventas	3,327	46.1%	3,283	47.5%	9,883	46.8%	9,625	47.4%
Utilidad bruta	3,898	53.9%	3,624	52.5%	11,248	53.2%	10,702	52.6%
Gastos de Operación	2,304	31.9%	2,129	30.8%	6,805	32.2%	6,531	32.1%
Utilidad de operación	1,594	22.1%	1,495	21.6%	4,443	21.0%	4,171	20.5%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	359	5.0%	299	4.3%	1,056	5.0%	1,000	4.9%
Flujo Operativo ⁽³⁾	1,953	27.0%	1,794	26.0%	5,499	26.0%	5,171	25.4%

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

(2) Incluye el gasto por rotura de botellas retornables

(3) Flujo Operativo = Utilidad de Operación + Depreciación + Amortización y Otros cargos virtuales

Operaciones en Centroamérica

Expresado en millones de Pesos mexicanos⁽¹⁾ de poder adquisitivo al 30 de septiembre de 2005

	3T 05	% Ing	3T 04	% Ing	ACUM 05	% Ing	ACUM 04	% Ing
Volumen (millones de cajas unidad)	26.9		27.4		81.0		80.8	
Precio promedio por caja unidad	30.18		30.98		31.00		31.92	
Ventas netas	818		852		2,511		2,579	
Otros ingresos de operación	2		(2)		3		3	
Ingresos totales	820	100.0%	850	100.0%	2,514	100.0%	2,582	100.0%
Costo de ventas	445	54.3%	466	54.8%	1,315	52.3%	1,360	52.7%
Utilidad bruta	375	45.7%	384	45.2%	1,199	47.7%	1,222	47.3%
Gastos de Operación	289	35.3%	283	33.3%	890	35.4%	937	36.3%
Utilidad de operación	86	10.5%	101	11.9%	309	12.3%	285	11.1%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	53	6.5%	41	4.8%	162	6.4%	182	7.1%
Flujo Operativo ⁽³⁾	139	17.0%	142	16.8%	471	18.7%	467	18.1%

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

(2) Incluye el gasto por rotura de botellas retornables

(3) Flujo Operativo = Utilidad de Operación + Depreciación + Amortización y Otros cargos virtuales

Operaciones en Colombia y Venezuela

Operaciones en Colombia

Expresado en millones de Pesos mexicanos⁽¹⁾ de poder adquisitivo al 30 de septiembre de 2005

	3T 05	% Ing	3T 04	% Ing	ACUM 05	% Ing	ACUM 04	% Ing
Volumen (millones de cajas unidad)	45.4		40.5		132.0		122.0	
Precio promedio por caja unidad	26.53		27.48		26.16		25.68	
Ventas netas	1,202		1,113		3,451		3,133	
Otros ingresos de operación	-		-		-		-	
Ingresos totales	1,202	100.0%	1,113	100.0%	3,451	100.0%	3,133	100.0%
Costo de ventas	658	54.8%	561	50.4%	1,910	55.4%	1,680	53.6%
Utilidad bruta	544	45.2%	552	49.6%	1,541	44.7%	1,453	46.4%
Gastos de Operación	391	32.6%	387	34.8%	1,185	34.3%	1,148	36.6%
Utilidad de operación	153	12.8%	165	14.9%	356	10.3%	305	9.7%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	62	5.1%	70	6.3%	210	6.1%	236	7.5%
Flujo Operativo ⁽³⁾	215	17.9%	235	21.1%	566	16.4%	541	17.3%

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

(2) Incluye el gasto por rotura de botellas retornables

(3) Flujo Operativo = Utilidad de Operación + Depreciación + Amortización y Otros cargos virtuales

Operaciones en Venezuela

Expresado en millones de Pesos mexicanos⁽¹⁾ de poder adquisitivo al 30 de septiembre de 2005

	3T 05	% Ing	3T 04	% Ing	ACUM 05	% Ing	ACUM 04	% Ing
Volumen (millones de cajas unidad)	44.3		45.2		129.9		126.7	
Precio promedio por caja unidad	27.53		25.42		27.84		26.00	
Ventas netas	1,217		1,149		3,616		3,295	
Otros ingresos de operación	7		-		10		2	
Ingresos totales	1,224	100.0%	1,149	100.0%	3,626	100.0%	3,297	100.0%
Costo de ventas	745	60.8%	663	57.7%	2,154	59.4%	1,943	58.9%
Utilidad bruta	479	39.1%	486	42.3%	1,472	40.6%	1,354	41.1%
Gastos de Operación	425	34.7%	433	37.7%	1,292	35.6%	1,152	35.0%
Utilidad de operación	54	4.4%	53	4.6%	180	5.0%	202	6.1%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	61	5.0%	55	4.8%	178	4.9%	169	5.1%
Flujo Operativo ⁽³⁾	115	9.4%	108	9.4%	358	9.9%	371	11.2%

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

(2) Incluye el gasto por rotura de botellas retornables

(3) Flujo Operativo = Utilidad de Operación + Depreciación + Amortización y Otros cargos virtuales

Operaciones en Argentina y Brasil

Operaciones en Argentina

Expresado en millones de Pesos mexicanos⁽¹⁾ de poder adquisitivo al 30 de septiembre de 2005

	3T 05	% Ing	3T 04	% Ing	ACUM 05	% Ing	ACUM 04	% Ing
Volumen (millones de cajas unidad)	34.3		33.9		105.6		102.5	
Precio promedio por caja unidad	18.05		17.50		18.24		17.32	
Ventas netas	619		595		1,927		1,774	
Otros ingresos de operación	20		29		74		87	
Ingresos totales	639	100.0%	624	100.0%	2,001	100.0%	1,861	100.0%
Costo de ventas	382	59.9%	371	59.4%	1,223	61.1%	1,131	60.8%
Utilidad bruta	257	40.3%	253	40.6%	778	38.9%	730	39.2%
Gastos de Operación	164	25.6%	150	24.1%	485	24.3%	439	23.6%
Utilidad de operación	93	14.5%	103	16.5%	293	14.6%	291	15.6%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	32	4.9%	32	5.1%	97	4.9%	98	5.3%
Flujo Operativo ⁽³⁾	125	19.6%	135	21.6%	390	19.5%	389	20.9%

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

(2) Incluye el gasto por rotura de botellas retornables

(3) Flujo Operativo = Utilidad de Operación + Depreciación + Amortización y Otros cargos virtuales

Operaciones en Brasil

Expresado en millones de Pesos mexicanos⁽¹⁾ de poder adquisitivo al 30 de septiembre de 2005

	3T 05	% Ing	3T 04	% Ing	ACUM 05	% Ing	ACUM 04	% Ing
Volumen (millones de cajas unidad)	59.0		55.1		179.7		159.4	
Precio promedio por caja unidad	23.67		23.60		23.51		23.08	
Ventas netas	1,399		1,298		4,224		3,679	
Otros ingresos de operación	35		35		114		115	
Ingresos totales	1,434	100.0%	1,333	100.0%	4,338	100.0%	3,794	100.0%
Costo de ventas	749	52.2%	742	55.7%	2,305	53.1%	2,124	56.0%
Utilidad bruta	685	47.8%	591	44.3%	2,033	46.9%	1,670	44.0%
Gastos de Operación	468	32.7%	445	33.4%	1,389	32.0%	1,332	35.1%
Utilidad de operación	217	15.1%	146	11.0%	644	14.8%	338	8.9%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	32	2.3%	36	2.7%	104	2.4%	92	2.4%
Flujo Operativo ⁽³⁾	249	17.4%	182	13.7%	748	17.2%	429	11.3%

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

(2) Incluye el gasto por rotura de botellas retornables

(3) Flujo Operativo = Utilidad de Operación + Depreciación + Amortización y Otros cargos virtuales

Información Relevante

INFORMACION RELEVANTE

Por los tres meses terminados al 30 de septiembre de 2005

Expresado en millones de pesos mexicanos de poder adquisitivo al 30 de september de 2005

	3T 04
Inversión en Activos fijos	530.0
Depreciación	303.4
Amortización y Otros cargos virtuales	228.9

	3T 05
Inversión en Activos fijos	502.0
Depreciación	317.0
Amortización y Otros cargos virtuales	281.6

VOLUMEN

Expresado en millones de cajas unidad

	3T 04			
	Refrescos	Agua	Otros	Total
México	205.1	49.1	2.1	256.3
Centroamérica	25.9	1.1	0.4	27.4
Colombia	34.8	5.6	0.1	40.5
Venezuela	38.8	3.8	2.6	45.2
Brasil	51.2	3.4	0.5	55.1
Argentina	33.4	0.3	0.2	33.9
Total	389.2	63.3	5.9	458.4

	3T 05			
	Refrescos	Agua	Otros	Total
México	208.2	51.3	2.8	262.3
Centroamérica	25.2	1.1	0.6	26.9
Colombia	39.9	5.4	0.1	45.4
Venezuela	38.1	4.0	2.2	44.3
Brasil	54.7	3.8	0.5	59.0
Argentina	33.2	0.7	0.4	34.3
Total	399.3	66.3	6.6	472.2

MEZCLA POR PRESENTACION

Como porcentaje de volumen total

	3T 04			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafón
México	28.6	55.6	1.2	14.6
Centroamerica	48.3	48.0	3.7	-
Colombia	51.4	38.5	3.3	6.8
Venezuela	30.1	63.3	3.0	3.6
Brasil	5.6	90.4	4.0	-
Argentina	27.1	69.1	3.8	-

	3T 05			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafón
México	26.6	57.2	1.2	15.0
Centroamerica	41.6	54.3	4.1	-
Colombia	46.4	44.1	3.5	6.0
Venezuela	25.1	67.9	3.7	3.3
Brasil	8.6	87.7	3.7	-
Argentina	25.7	70.5	3.8	-

Por los nueve meses terminados al 30 de septiembre de 2005

Expresado en millones de pesos mexicanos de poder adquisitivo al 30 de septiembre de 2005

	ACUM 04
Inversión en Activos fijos	1,299.4
Depreciación	960.0
Amortización y Otros cargos virtuales	815.0

	ACUM 05
Inversión en Activos fijos	1,084.6
Depreciación	951.0
Amortización y Otros cargos virtuales	855.0

VOLUMEN

Expresado en millones de cajas unidad

	ACUM 04			
	Refrescos	Agua	Otros	Total
México	591.7	144.3	5.6	741.6
Centroamerica	76.0	3.5	1.3	80.8
Colombia	104.9	16.7	0.4	122.0
Venezuela	108.2	11.0	7.5	126.7
Brasil	148.9	9.2	1.3	159.4
Argentina	100.7	1.3	0.5	102.5
Total	1,130.4	186.0	16.6	1,333.0

	ACUM 05			
	Refrescos	Agua	Otros	Total
México	605.2	156.1	7.4	768.7
Centroamerica	75.9	3.5	1.6	81.0
Colombia	115.7	16.1	0.2	132.0
Venezuela	111.8	11.7	6.4	129.9
Brasil	165.8	12.3	1.6	179.7
Argentina	102.7	1.8	1.1	105.6
Total	1,177.1	201.5	18.3	1,396.9

MEZCLA POR PRESENTACION

Como porcentaje de volumen total

	ACUM 04			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafón
México	28.5	55.5	1.3	14.7
Centroamerica	49.8	46.5	3.7	-
Colombia	52.0	38.1	3.3	6.6
Venezuela	31.0	62.2	2.8	4.0
Brasil	5.3	90.8	3.9	-
Argentina	27.3	69.0	3.7	-

	ACUM 05			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafón
México	26.9	56.5	1.2	15.4
Centroamerica	43.5	52.9	3.6	-
Colombia	47.5	43.0	3.4	6.1
Venezuela	25.2	68.4	3.1	3.3
Brasil	7.6	88.9	3.5	-
Argentina	26.7	69.8	3.5	-

Septiembre 2005

Información macroeconómica

	Inflación			Tipo de Cambio (moneda local) por U.S. Dólar		
	12 M	Acum Año	3T 05	Sep 05	Dic 04	Sep 04
México	3.51%	1.72%	0.91%	10.8131	11.1460	11.3759
Colombia	5.00%	4.61%	0.77%	2,289.6100	2,389.7500	2,595.1700
Venezuela	15.96%	11.57%	3.34%	2,150.0000	1,920.0000	1,920.0000
Brasil	4.80%	3.79%	-0.18%	2.2222	2.6544	2.8586
Argentina	9.59%	8.61%	2.21%	2.9100	2.9800	2.9800