

# 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 / 5121 / 5148

[afernandez@kof.com.mx](mailto:afernandez@kof.com.mx) / [jnaranjo@kof.com.mx](mailto:jnaranjo@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 menores en México y Argentina, compensaron el incremento en los

---

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

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; y
- (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. 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.

	Excluye <i>Ciel</i> 5 lt.		Incluye <i>Ciel</i> 5 lt	
	Total	% Crecimiento	Total	% Crecimiento
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 TIIE	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	TIIE 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 periodo		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. dólar 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