

COMUNICADO DE PRENSA

PARA PUBLICACIÓN INMEDIATA

PARA MAYOR INFORMACIÓN:

Alfredo Fernández / Julieta Naranjo

Relaciones con Inversionistas

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

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

afernandez@kof.com.mx / jnaranjo@kof.com.mx

WEBSITE: www.cocacola-femsa.com.mx



COCA-COLA FEMSA anuncia resultados del segundo trimestre y del primer semestre de 2003

SEGUNDO TRIMESTRE 2003

- El volumen consolidado en cajas unidad alcanzó 461.7 Millones de Cajas Unidad (MCU)¹ durante el segundo trimestre de 2003.
- El ingreso consolidado alcanzó Ps.8,778.9 millones y la utilidad operativa consolidada fue de de Ps.1,742.2 millones durante el segundo trimestre del 2003, alcanzando un margen operativo consolidado de 19.8%.

Ciudad de México (28 de julio de 2003) - Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. (NYSE: KOF; BMV: KOFL) (“KOF” o la “Compañía”), el más grande embotellador de productos Coca-Cola de Latino América y el segundo más grande del mundo, anunció hoy sus resultados consolidados para el segundo trimestre del año 2003.

“Nuestra compañía esta atravesando un proceso de transformación significativo. Me siento muy satisfecho por el rápido y transparente proceso de integración que estamos implementando. Hemos encontrado oportunidades significativas y un fuerte equipo gerencial con el talento apropiado que nos permitirá fortalecer nuestra generación de ingresos y racionalizar las instalaciones operativas en todos nuestros territorios.

“Consideramos que nuestra experiencia administrando la arquitectura de precios de nuestros productos, desarrollando empaques para las diversas ocasiones de consumo y canales de distribución, nos ayudará a incrementar la rentabilidad en nuestros territorios. Pretendemos desarrollar un mejor portafolio de productos y empaques con una adecuada arquitectura de precios en todos los países donde operamos, apalancándonos con el fuerte valor de marca que tiene *Coca-Cola*. En cada uno de los países en los que actualmente operamos, la marca *Coca-Cola* goza de una gran preferencia entre los consumidores.

“Hemos iniciado un proceso de intercambio de talento gerencial, poniendo en práctica el fuerte empuje que tiene la cultura Coca-Cola FEMSA e implementando los mecanismos apropiados para premiar desempeño y responsabilidad entre el equipo

¹ Caja unidad es una medida equivalente a una caja de 24 botellas de 8 onzas.

gerencial que escogimos para operar nuestros nuevos territorios. Estamos iniciando y consideramos que vamos por el camino correcto” comentó Carlos Salazar, Director General de la Compañía.

Empezamos a consolidar los resultados de nuestros nuevos territorios durante el segundo trimestre de 2003 de conformidad con los principios de contabilidad generalmente aceptados en México. Panamco históricamente preparó sus estados financieros de conformidad con los principios contables estadounidenses y en U.S. Dólares. Nosotros hemos preparado históricamente y continuaremos preparando nuestros estados financieros bajo los principios contables mexicanos y en Pesos mexicanos. Los resultados de nuestros nuevos territorios de conformidad con los principios mexicanos, difieren y pueden no ser comparables respecto a los resultados presentados por Panamco para periodos anteriores. Adicionalmente, los resultados de Panamco no se verán reflejados en nuestros estados financieros para periodos previos a mayo de 2003.

La información financiera, en el consolidado y por país, incluye tres y seis meses de resultados de los territorios originales de Coca-Cola FEMSA (Valle de México, Sureste de México y Buenos Aires) y únicamente dos meses de nuestros nuevos territorios adquiridos de Panamco. La información financiera de Coca-Cola FEMSA no va a ser comparada con trimestres anteriores hasta el tercer trimestre del 2004, y en base anual hasta el final del 2005.

Sin embargo la información de volumen de ventas para el segundo trimestre de 2003 es comparable con periodos anteriores, y es presentada en una sección por separado en este comunicado de prensa.

RESULTADOS CONSOLIDADOS

Durante el segundo trimestre del 2003, nuestro volumen total consolidado fue de 461.7 MCU. La utilidad operativa consolidada alcanzó Ps.1,742.2 millones durante el segundo trimestre del 2003.

La pérdida financiera por costo integral de financiamiento fue de Ps.1,218.9 millones durante el segundo trimestre del 2003, reflejando la nueva situación financiera después de la adquisición, siendo esta el efecto combinado de:

- (i) gastos de intereses acumulados relacionados con la deuda existente y la deuda de la adquisición asumida en conexión con la transacción de Panamco;
- (ii) la pérdida por posición monetaria generada principalmente por (i) la apreciación del peso mexicano contra el U.S. dólar aplicado a nuestra posición de caja desde el 31 de marzo de 2003 a la fecha de la adquisición de Panamco (el tipo de cambio al cierre fue de Ps.10.188 por U.S. dólar); y (ii) la devaluación del peso mexicano frente al U.S. dólar aplicada a la deuda de la adquisición denominada en U.S. dólares desde el día del cierre de la transacción al fin del segundo trimestre de 2003; y
- (iii) la ganancia por la posición monetaria consolidada, como resultado de los ajustes inflacionarios aplicados a los activos monetarios consolidados netos de nuestras operaciones.

El impuesto sobre la renta, impuesto al activo y participación de las utilidades a los trabajadores, como un porcentaje a la utilidad antes de impuestos fue de 24.7% en el segundo trimestre del 2003, reflejando deducciones para efectos fiscales de pagos y gastos relacionados con la adquisición de Panamco, los cuales fueron capitalizados como parte del costo de adquisición para propósitos financieros.

El ingreso neto consolidado fue de Ps.360.8 millones en el segundo trimestre del 2003. La utilidad por acción fue de Ps.0.213 (U.S.\$0.204 por ADR), en base al promedio ponderado de acciones en circulación de 1,692.9. El número de acciones difiere del número total de acciones utilizado para los resultados de los seis meses.

BALANCE GENERAL

Al 30 de junio de 2003, Coca-Cola FEMSA registró un saldo de efectivo de Ps.3,699 millones (\$354.4 millones de U.S. dólares) y una deuda bancaria de corto y largo plazo total de Ps.29,612.0 millones (\$2,836.1 millones de U.S. dólares).

RESULTADOS DE LAS OPERACIONES POR TERRITORIO

RESULTADOS DE LA OPERACIÓN EN MEXICO

Ingresos

Los ingresos en los territorios mexicanos alcanzaron Ps.6,298.3 millones para el segundo trimestre del 2003 resultando en un precio promedio por caja unidad de Ps.27.16 (U.S.\$2.70). Excluyendo el volumen de ventas de Ciel agua natural en sus presentaciones de cinco, diecinueve y veinte litros, el precio promedio por caja unidad fue de Ps.31.0 (U.S.\$2.97).

Utilidad de Operación

La utilidad bruta fue de Ps.3,362.0, alcanzando un 53.4% de margen como porcentaje a ingresos totales para el segundo trimestre del 2003. Durante el trimestre, la Compañía cerró una planta y experimentó precios de azúcar más altos. Los costos de empaque fueron más altos que el año pasado impactados principalmente por la devaluación del peso mexicano contra el U.S. dólar de un año a otro.

Durante el trimestre la Compañía cerró quince centros de distribución en nuestros nuevos territorios, e implementó reducción de personal, debido al cierre de las oficinas corporativas de Panamco en Miami y en la Ciudad de México. La utilidad de la operación fue de Ps.1,611.0 millones, alcanzando un 25.6% de margen como porcentaje a ingresos totales.

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

Ingresos

Los ingresos totales alcanzados fueron de Ps.489.4 millones durante mayo y junio del 2003. El precio promedio por caja unidad fue de Ps.28.63 (U.S.\$2.74) durante este periodo.

Utilidad de Operación

La utilidad bruta fue de Ps.235.3 millones durante los meses de mayo y junio del 2003, alcanzando un 48.1% de margen como porcentaje a ingresos totales durante el mismo periodo. Los ahorros obtenidos en el área de abastecimientos compensaron el incremento en los costos de empaque denominados en dólares durante estos dos meses. La utilidad de operación fue de Ps.39.3 millones durante mayo y junio, alcanzando una utilidad de operación de 8.0% como porcentaje total de los ingresos.

RESULTADOS DE LA OPERACIÓN EN COLOMBIA

Ingresos

Durante mayo y junio de 2003, los ingresos totales alcanzados fueron de Ps.515.0 millones, generando un precio promedio por caja unidad de Ps.18.80 (U.S.\$1.80).

Utilidad de Operación

La utilidad bruta durante mayo y junio del 2003 fue de Ps.234.8, logrando un margen de 45.6% como porcentaje de ingresos total durante el mismo periodo. Durante este periodo la Compañía experimentó incrementos en los precios de empaque y el impacto de la devaluación del U.S. dólar contra el peso colombiano aplicada a los gastos denominados en U.S. dólar. La utilidad de operación fue de Ps.52.2 millones, alcanzando un margen de 10.1% del total de las ingresos durante mayo y junio del 2003.

RESULTADOS DE LA OPERACIÓN EN VENEZUELA

Ingresos

El total de ingresos fue de Ps.488.8 millones durante mayo y junio y el precio promedio por caja unidad en Venezuela fue de Ps.19.88 (US\$1.90). Una devaluación significativa del bolívar venezolano contra el U.S. dólar y cambios en la mezcla de empaques fueron parcialmente compensados por los fuertes incrementos en precio.

Utilidad de Operación

La utilidad bruta durante mayo y junio del 2003 fue de Ps.211.0, logrando un margen de 43.2% como porcentaje de ingresos total durante el mismo periodo. La mejor utilización de activos y mayores eficiencias operativas ayudaran a incrementar la rentabilidad de este territorio en los siguientes trimestres. La utilidad operativa fue de Ps.28.0 millones,

alcanzando un margen de utilidad operativa de 5.7%, después de haber reportado pérdidas durante los últimos meses.

RESULTADOS DE LA OPERACIÓN EN BRASIL

Ingresos

Los ingresos totales fueron de Ps.570.1 millones durante mayo y junio del 2003, y el precio promedio por caja unidad fue de Ps.14.50 (U.S.\$1.39). A partir de mayo la tendencia de decremento del volumen fue revertida, así como la tendencia en la caída de los ingresos netos debido a una arquitectura de precios más balanceada y a una mejor ejecución en el mercado.

Utilidad de Operación

La utilidad bruta durante mayo y junio del 2003 fue de Ps.183.0 millones, alcanzando un 32.1% de margen como porcentaje a ingresos totales. Durante este periodo la Compañía experimentó mayores costos de edulcorantes y de empaque. Las operaciones brasileñas reportaron una ligera pérdida en mayo y junio del 2003, siendo ésta de Ps.(7.0) millones. Sin embargo, como resultado de la implementación de nuevas estrategias de comercialización y de desarrollo de puntos de venta, hemos retomado nuestro camino hacia la rentabilidad en nuestros territorios brasileños durante el mes de junio del 2003, logrando una utilidad de operación positiva por primera vez desde hace diez meses.

RESULTADOS DE LA OPERACIÓN EN ARGENTINA

La información financiera y de volumen de ventas en nuestras operaciones en Argentina es totalmente comparable con periodos anteriores.

Ingresos

Los ingresos totales alcanzaron Ps.417.3 millones un 20.9% de incremento comparado con el segundo trimestre de 2002 y el precio promedio por caja unidad creció 4.1%, comparado con el segundo trimestre del 2002, a Ps.14.85 (U.S.\$1.42).

Utilidad de Operación

La utilidad bruta como porcentaje total de los ingresos totales incrementó de 30.9% en el segundo trimestre del 2002 a 34.6% in 2003, esta mejora se logro principalmente por (i) volúmenes de ventas más altos, (ii) mejoras en la eficiencia operativa, y (iii) la apreciación del peso argentino frente al U.S. dólar aplicado al costo de la materia prima y gastos denominados en U.S. dólares.

En Argentina, los gastos de operación como porcentaje a ingresos totales decrecieron 340 puntos base, de 34.4% en el segundo trimestre de 2002 a 31.0% en el segundo trimestre del 2003, como resultado de la apreciación del peso argentino frente al U.S. dólar aplicado a nuestros gastos denominados en U.S. dólares. La utilidad de operación durante el segundo trimestre del 2003 en nuestros territorios argentinos fue de Ps.\$15.0

millones, el margen de operación creció de un (4.8)% negativo durante el segundo trimestre del 2002 a un 3.6% durante el segundo trimestre del 2003.

DESEMPEÑO DEL VOLUMEN COMPARABLE DEL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2003

Estamos proporcionando información de volumen de ventas para tres meses del segundo trimestre de 2003 en todos nuestros territorios. Los datos de crecimiento de volumen son comparables con periodos previos.

Territorio	2Q2002 (MCU)	2Q2003 (MCU)	% Cambio
México	266.4	273.1	2.5%
Centroamérica	24.8	26.3	6.0%
Colombia	42.3	40.7	-3.8%
Venezuela	39.5	37.7	-4.6%
Brasil	71.5	56.8	-20.6%
Argentina	23.3	27.1	16.2%
Total	467.8	461.7	-1.3%

MÉXICO

La información del volumen de ventas para el 2002 y el 2003 es la combinación del volumen de ventas de nuestros nuevos territorios en México (Golfo de México y El Bajío) y nuestros territorios originales (Valle de México y Sureste de México).

El volumen de ventas de segundo trimestre alcanzó 273.1 MCU, un 2.5% de incremento sobre el mismo periodo de 2002. Excluyendo el volumen generado por la actividad promocional de los productos en polvo² del año pasado, el volumen de ventas creció 4.0%, este crecimiento se debió principalmente al 8.3% de crecimiento de volumen en el Valle de México.

El crecimiento de ventas del 4.0% durante el segundo trimestre del 2003 en los territorios mexicanos, excluyendo el volumen generado por la actividad promocional de los productos en polvo del año pasado, fue principalmente el resultado de (i) el sólido comportamiento de nuestras marcas de sabores incluyendo *Fanta Multi-Sabor* y *Lift Manzana-Verde* (ii) el volumen de ventas alcanzado por *Ciel* natural y *Ciel mineralizada*, representando más del 30% del incremento del volumen durante el trimestre y, (iii) el crecimiento del volumen de ventas de la marca *Coca-Cola*.

CENTROAMERICA (Guatemala, Nicaragua, Costa Rica y Panamá)

² Nosotros distribuimos de forma complementaria, *Kin light*, producto de la marca Coca-Cola, que es un polvo dietético de sabores. Durante el año anterior, promocionamos la bebida en polvo marca *Kin light* para entender mejor el potencial de esta categoría y evaluar patrones de consumo y estrategias de precio. Durante el segundo trimestre de 2002 vendimos 3.8 MCU de *Kin light*.

En el segundo trimestre del 2003, el total del volumen de ventas en nuestros territorios centroamericanos, creció 6.0% a 26.3 MCU, comparado con el mismo periodo del 2002, como resultado del crecimiento en el volumen de ventas de Nicaragua, Costa Rica y Panamá que más que compensaron la caída del volumen de ventas de Guatemala.

COLOMBIA

Durante el segundo trimestre del 2003, el total del volumen de ventas en nuestro territorio colombiano decreció 3.8% comparado con el mismo periodo del 2002, debido a la situación económica del país que ha deprimido el ingreso per cápita y forzado a los consumidores a ajustar sus hábitos de consumo.

VENEZUELA

En Venezuela, los volúmenes cayeron 4.6% durante el segundo trimestre del 2003, como consecuencia del fuerte crecimiento del precio implementados durante el primer trimestre del 2003 y un entorno económico débil.

BRASIL

Durante el segundo trimestre del 2003, el volumen de ventas en nuestros territorios brasileños cayó un 20.6% comparado con el mismo periodo del 2002, reflejando el impacto de los fuertes incrementos de precio implementados durante el primer trimestre del 2003 y la implementación de un programa de ejecución cuyo principal objetivo es recuperar el control de las ventas y la capacidad de distribución de nuestro negocio. Esperamos que estas iniciativas nos permitan tomar el control de la arquitectura de precios de nuestros productos y presentaciones y así poder incrementar la rentabilidad en nuestros territorios brasileños.

ARGENTINA

En el segundo trimestre del 2003, el total del volumen de ventas en nuestros territorios de Buenos Aires incrementó 16.2% comparado con el mismo periodo del 2002, continuamos capitalizando los resultados de nuestra estrategia de empaque retornables para nuestras marcas base implementada durante el 2002. Nuestras marcas base, en términos de volumen de ventas, crecieron casi un 30% y *Coca-Cola light* en combinación con la introducción de *Fanta light* llevaron a la categoría premium a generar cerca del 5.3% del volumen incremental durante el trimestre. Durante este periodo nuestras marcas de protección de valor decrecieron, representando el 11.7% de nuestras ventas totales comparado con el 19.9% que representaron durante el segundo trimestre del 2002.

RESUMEN DE RESULTADOS DE SEIS MESES

De los seis meses terminados el 30 de junio del 2002, el volumen de ventas consolidado alcanzó 888.6 MCU. La caída del volumen de ventas en Brasil, Colombia y Venezuela fue parcialmente compensada por el incremento del volumen de ventas en nuestros territorios en México, Centroamérica y Buenos Aires. Durante el primer semestre de 2003.

Durante los primeros seis meses del 2003, el total de ingresos alcanzó Ps.12,938.5 millones, dando como resultado un precio promedio por caja unidad de Ps.24.87 (U.S.\$2.38). La utilidad de operación como porcentaje a los ingresos totales fue de 50.5% en el primer semestre del 2003. La utilidad operativa consolidada fue de Ps.2,736.8 millones, 21.2% como porcentaje a los ingresos totales durante el primer semestre del 2003.

La utilidad neta consolidada fue de Ps.831.2 durante el primer semestre del 2003. La utilidad por acción fue de Ps.0.533 (US\$ 0.511 por ADR), calculada en función al promedio ponderado de 1,559.0 millones de acciones en circulación.

EVENTOS RECIENTES

- Como resultado de la adquisición de Panamco y de acuerdo con los principios contables mexicanos, reconocimos como activo intangible con vida indefinida, la diferencia entre el precio pagado y el valor en libros (valor de mercado) de los activos netos adquiridos. El valor de los activos intangibles identificados de Panamco fue de Ps.31,533 millones (equivalente a U.S.\$3,020.1 millones), donde la mayoría son contratos de embotellador con The Coca-Cola Company. Anualmente revisamos el valor del activo intangible y de los activos de larga duración para su recuperación. El valor de estos activos intangibles ya considera cargos de reestructuración que esperamos tener durante el siguiente año debido a la racionalización de nuestras operaciones. Revisaremos anualmente el valor de estos activos de larga vida para su recuperación. También los revisaremos para efectuar ajustes cuando las circunstancias o eventos cambien indicando que el monto del valor del activo no podrá ser recuperado. En caso de que sean ajustados, necesitamos reconocer la pérdida dando de baja parte de su valor. El análisis que realizamos requiere de la estimación de flujos de caja futuros atribuibles a esos activos, y estos estimados deben llevarse a cabo realizando una variedad de juicios, sin limitaciones acerca del futuro de nuestras operaciones, incluyendo volumen, precio, costos, inflación, tipos de cambio y tasas de interés. Aun y cuando no podemos asegurarlo, no anticipamos llevar a cabo ajustes en el valor de estos activos durante 2003.

- El 16 de julio de 2003 la Compañía emitió Ps.5,750 millones, equivalente aproximadamente a U.S.\$550.0 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 grandes y 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:

Principales Términos	2 años Nota basada en TIIE	5 años Nota basada en CETES	6 años Tasa fija
Monto	Ps.2,750 MM	Ps.2,500 MM	Ps.500 MM
Vigencia/Amortización	2 años / un pago al vencimiento	5 años / un pago al vencimiento	6 años / un pago al vencimiento
Tasa de Interés	28 días TIIE + [55 bps]	91 días CETE + [115] bps	9.90%

Lo que proceda de esta oferta será usado para prepagar aproximadamente el 65% del crédito puente que se utilizó para la adquisición de Panamco.

- Durante mayo y junio de de 2003, cerramos cuatro de las cincuenta y dos plantas que teníamos el 6 de mayo de 2003. De las plantas que cerramos una estaba en nuestros territorios mexicanos, una en Panamá y dos en Sudamérica. Esperamos obtener ahorros de costos permanentes y mejorar las eficiencias operativas como resultado de la consolidación de estas instalaciones.
- Como parte del plan de integración de nuestros territorios en México, durante mayo y junio de 2003 cerramos 15 de los 97 centros de distribución que Panamco tenía en nuestros nuevos territorios. Esperamos obtener ahorros de costos permanentes y mejorar las eficiencias operativas como resultado de la consolidación de estas instalaciones.

INFORMACIÓN PARA LA CONFERENCIA TELEFÓNICA

La Conferencia telefónica del segundo trimestre del 2003 tendrá lugar el lunes 28 de julio 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: 888-339-2688. Internacional: 617-847-3007.

Si usted no puede participar en la Conferencia en tiempo real, una repetición instantánea de la misma estará disponible hasta el 28 de agosto de 2003. Para escuchar las repetición, por favor marcar: U.S. locales: 888-286-8010. Internacional: 617-801-6888. Contraseña: 80167389.



Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. produce *Coca-Cola*, *Sprite*, *Fanta*, *Lift* y otros productos de marcas de The Coca-Cola Company en México (una parte importante del centro de México, incluyendo la ciudad de México y el Sureste de México), Guatemala (la ciudad de Guatemala y sus alrededores), Nicaragua (todo el país), Costa Rica (todo el país), Panamá (todo el país), Colombia (la mayoría del país), Venezuela (todo

el país), Brasil (São Paulo, Campiñas, Santos y Mato Grosso do Sul) y Argentina (el gran Buenos Aires), además de agua embotellada, cerveza y otras bebidas en algunos de estos territorios.

La compañía cuenta con 48 plantas embotelladoras en los países en los que opera y atiende a más de 1,400,000 detallistas en Latinoamérica. Coca-Cola FEMSA actualmente representa casi el 10% del volumen de ventas de Coca-Cola en el mundo, aproximadamente el 40% de todas las ventas de Coca-Cola en Latino América. 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 (principios mexicanos). Todas las cifras están expresadas en pesos mexicanos constantes con poder adquisitivo al 30 de junio de 2003. Para fines de comparación las cifras de la compañía para 2002 y 2003, han sido re-expresadas tomando en cuenta la inflación local de cada uno de los países con referencia al índice de precios al consumidor y convertidas de la moneda local a pesos mexicanos usando el tipo de cambio al 30 de junio de 2003. Además, todas las comparaciones para el segundo trimestre de 2003 terminado el 30 de junio de 2003 contenidas en este reporte, han sido hechas contra cifras del periodo comparable del 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 8 páginas de tablas)

Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. y Subsidiarias
Balance Consolidado
Al 30 de junio de 2003 y 31 de diciembre de 2002
Millones de Pesos (Ps.)
Expresado en Pesos de Poder Adquisitivo al 30 de junio de 2003

ACTIVO	2003	2002
Activo Circulante		
Efectivo y Valores de Realiz. Inm.	Ps. 3,699	Ps. 6,259
Cuentas por cobrar:		
Clientes	889	565
Documentos	59	12
Impuestos por recuperar	867	245
Otros	797	208
	2,612	1,030
Inventarios	2,436	775
Pagos Anticipados	329	74
Total activo circulante	9,076	8,138
Propiedad, planta y equipo		
Terrenos	2,250	796
Edificios, maquinaria y equipo	22,041	9,088
Depreciación acumulada	(9,379)	(3,329)
Inversiones en proceso	1,019	371
Botellas y cajas	1,091	294
Total propiedad, planta y equipo	17,022	7,220
Inversión en acciones	1,481	127
Cargos diferidos, neto	1,189	860
Crédito mercantil, neto	31,585	262
TOTAL ACTIVO	Ps. 60,353	Ps. 16,607

PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	2003	2002
Pasivo Circulante		
Deuda a corto plazo, documentos e intereses	Ps. 3,534	Ps. 0
Intereses por pagar	177	82
Proveedores	3,184	1,634
Cuentas por pagar y otros	2,173	670
Impuestos por pagar	871	229
Pasivo Circulante	9,939	2,615
Prestamos bancarios a largo plazo	26,078	3,209
Plan de pensiones, prima de antigüedad y otros	520	188
Otros pasivos	3,744	1,202
Total pasivo	40,281	7,214
Capital Contable		
Interés minoritario	152	0
Interés mayoritario:		
Capital social	2,587	2,399
Prima en suscripción de acciones	11,151	1,688
Utilidades retenidas	9,205	6,662
Utilidad neta del período	825	2,542
Resultado acumulado por tenencia de activos no monetarios	(3,848)	(3,898)
Total interés mayoritario	19,920	9,393
Total capital contable	20,072	9,393
TOTAL PASIVO Y CAPITAL	Ps. 60,353	Ps. 16,607

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

ESTADO DE RESULTADOS

Por los tres meses terminados el 30 de junio de 2003 y 2002⁽¹⁾

Expresado en Pesos de Poder Adquisitivo ⁽²⁾al 30 de junio de 2003

	Consolidado			Operaciones en México		Operaciones en Centroamerica		Operaciones en Colombia	
	2003	2002	% VAR	2003	*% Ing. Totales	2003	*% Ing. Totales	2003	*% Ing. Totales
Volumen (millones de c.u.)	365.7	157.0	132.9	230.7		16.8		27.4	
Precio promedio	23.85	30.29	(21.3)	27.16		28.63		18.80	
Ventas netas	8,719.6	4,755.3	83.4	6,265.3		480.7		515.0	
Otros ingresos de operación	59.3	25.0	137.2	33.0		8.8		(0.0)	
Ingresos totales	8,778.9	4,780.3	83.6	6,298.3	100.0	489.4	100.0	515.0	100.0
Costo de ventas	4,408.3	2,175.3	102.7	2,936.3	46.6	254.1	51.9	280.2	54.4
Utilidad bruta	4,370.6	2,605.0	67.8	3,362.0	53.4	235.3	48.1	234.8	45.6
Gastos de administración	542.9	358.5	51.4	360.7	5.7	30.8	6.3	47.5	9.2
Gastos de venta	2,091.2	1,006.3	107.8	1,392.2	22.1	165.3	33.8	135.1	26.2
Gastos de operación	2,634.1	1,364.8	93.0	1,752.9	27.8	196.1	40.1	182.6	35.5
Amort. del crédito mercantil	(5.7)	14.0	(140.7)	(2.0)	(0.0)	-	-	-	-
Utilidad de operación	1,742.2	1,226.2	42.1	1,611.0	25.6	39.3	8.0	52.2	10.1
Gastos financieros	371.8	86.0	332.4						
Productos financieros	57.3	56.5	1.4						
Gastos financieros, neto	314.6	29.4	970.0						
Pérdida (ganancia) cambiaria	918.2	(79.9)	(1,249.2)						
Pérd.(Gan). por posición monet.	(13.9)	(269.1)	(94.8)						
Costo integral de financ.	1,218.9	(319.6)	(481.4)						
Otros (prod.), gastos, neto	44.3	58.0	(23.5)						
Utilidad antes de impuestos	479.0	1,487.8	(67.8)						
Impuestos	118.2	658.7	(82.1)						
Utilidad neta consolidada	360.8	829.1	(56.5)						
Utilidad mayoritaria	354.1	829.1	(57.3)						
Utilidad minoritaria	6.7	-	N.A.						
Cargos Virtuales ⁽³⁾	438.8	286.1	53.4	251.8	4.0	43.2	8.8	52.7	10.2

(1) Incluye seis meses de nuestros territorios originales y dos meses de nuestros nuevos territorios adquiridos de Panamco

(2) Excepto volumen y precio promedio por caja unidad

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

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

ESTADO DE RESULTADOS

Por los tres meses terminados el 30 de junio de 2003 y 2002⁽¹⁾

Expresado en Pesos de Poder Adquisitivo ⁽²⁾al 30 de junio de 2003

	Operaciones en Venezuela		Operaciones en Brasil		Operaciones en Argentina				
	2003	*% Ing. Totales	2003	*% Ing. Totales	2003	*% Ing. Totales	2002	*% Ing. Totales	% VAR
Volumen (millones de c.u.)	24.6		39.1		27.1		23.3		16.2
Precio promedio	19.88		14.50		14.85		14.28		4.1
Ventas netas	488.8	-	567.6	-	402.3		332.7		20.9
Otros ingresos de operación	(0.0)	-	2.5	-	15.0		12.5		20.0
Ingresos totales	488.8	100.0	570.1	100.0	417.3	100.0	345.2	100.0	20.9
Costo de ventas	277.9	56.8	387.0	67.9	272.8	65.4	238.4	69.1	14.4
Utilidad bruta	211.0	43.2	183.0	32.1	144.5	34.6	106.8	30.9	35.3
Gastos de administración	34.1	7.0	43.6	7.7	26.3	6.3	26.4	7.6	(0.4)
Gastos de venta	148.9	30.5	146.4	25.7	103.2	24.7	92.3	26.7	11.8
Gastos de operación	183.0	37.4	190.1	33.3	129.5	31.0	118.7	34.4	9.1
Amort. del crédito mercantil	-	-	-	-	-	-	4.6	1.3	(100.0)
Utilidad de operación	28.0	5.7	(7.0)	(1.2)	15.0	3.6	(16.5)	(4.8)	(190.5)
Cargos Virtuales ⁽³⁾	40.0	8.2	13.2	2.3	41.6	10.0	59.4	17.2	(30.0)

(1) Incluye seis meses de nuestros territorios originales y dos meses de nuestros nuevos territorios adquiridos de Panamco

(2) Excepto volumen y precio promedio por caja unidad

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

Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. y Subsidiarias
ESTADO DE RESULTADOS
Por los seis meses terminados el 30 de junio de 2003 y 2002
Expresado en Pesos de Poder Adquisitivo al 30 de junio de 2003

	Consolidado			Operaciones en México		Operaciones en Centroamerica		Operaciones en Colombia	
	2003	2002	% VAR	2003	*% Ing. Totales	2003	*% Ing. Totales	2003	*% Ing. Totales
Volumen(millones de c.u.)	515.9	297.6	73.3	349.3		16.8		27.4	
Precio promedio	24.87	29.71	(16.3)	28.39		28.63		18.80	
Ventas netas	12,829.5	8,842.3	45.1	9,916.4		480.7		515.0	
Otros ingresos de operación	109.0	65.3	66.9	49.6		8.8		(0.0)	
Ingresos totales	12,938.5	8,907.6	45.3	9,966.0	100.0	489.4	100.0	515.0	100.0
Costo de ventas	6,410.9	4,104.4	56.2	4,618.3	46.3	254.1	51.9	280.2	54.4
Utilidad bruta	6,527.6	4,803.2	35.9	5,347.7	53.7	235.3	48.1	234.8	45.6
Gastos de administración	865.9	689.9	25.5	655.9	6.6	30.8	6.3	47.5	9.2
Gastos de venta	2,924.9	1,912.2	53.0	2,120.8	21.3	165.3	33.8	135.1	26.2
Gastos de operación	3,790.8	2,602.1	45.7	2,776.7	27.9	196.1	40.1	182.6	35.5
Amort. del crédito mercantil	-	29.3	(100.0)	-	-	-	-	-	-
Utilidad de operación	2,736.8	2,171.8	26.0	2,571.0	25.8	39.3	8.0	52.2	10.1
Gastos financieros	466.6	160.2	191.3						
Productos financieros	121.7	121.6	0.1						
Gastos financieros, neto	344.8	38.5	795.7						
Pérdida (ganancia) cambiaria	936.7	(215.5)	(534.7)						
Pérd.(Gan). por posición monet.	2.8	(455.2)	(100.6)						
Costo integral de financ.	1,284.3	(632.2)	(303.1)						
Otros (prod.), gastos, neto	99.5	64.3	54.7						
Utilidad antes de impuestos	1,353.0	2,739.7	(50.6)						
Impuestos	521.8	1,118.8	(53.4)						
Utilidad neta consolidada	831.2	1,620.9	(48.7)						
Utilidad mayoritaria	824.5	1,620.9	(49.1)						
Utilidad minoritaria	6.7	-	N.A.						
Cargos Virtuales⁽³⁾	650.5	538.8	20.7	417.0	4.2	43.2	8.8	52.7	10.2

(1) Incluye seis meses de nuestros territorios originales y dos meses de nuestros nuevos territorios adquiridos de Panamco

(2) Excepto volumen y precio promedio por caja unidad

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

Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. y Subsidiarias
ESTADO DE RESULTADOS
Por los seis meses terminados el 30 de junio de 2003 y 2002
Expresado en Pesos de Poder Adquisitivo al 30 de junio de 2003

	Operaciones en Venezuela		Operaciones en Brasil		Operaciones en Argentina				
	2003	*% Ing. Totales	2003	*% Ing. Totales	2003	*% Ing. Totales	2002	*% Ing. Totales	% VAR
Volumen(millones de c.u.)	24.6		39.1		58.7		52.6		11.5
Precio promedio	19.88		14.50		14.67		14.65		0.0
Ventas netas	488.8	-	567.6	-	861.1	-	770.5	-	11.8
Otros ingresos de operación	(0.0)	-	2.5	-	48.1	-	32.9	-	46.2
Ingresos totales	488.8	100.0	570.1	100.0	909.2	100.0	803.4	100.0	13.2
Costo de ventas	277.9	56.8	387.0	67.9	593.5	65.3	527.5	65.7	12.5
Utilidad bruta	211.0	43.2	183.0	32.1	315.7	34.7	275.9	34.3	14.4
Gastos de administración	34.1	7.0	43.6	7.7	54.1	6.0	55.4	6.9	(2.3)
Gastos de venta	148.9	30.5	146.4	25.7	208.1	22.9	203.8	25.4	2.1
Gastos de operación	183.0	37.4	190.1	33.3	262.2	28.8	259.2	32.3	1.2
Amort. del crédito mercantil	-	-	-	-	-	-	9.1	1.1	(100.0)
Utilidad de operación	28.0	5.7	(7.0)	(1.2)	53.5	5.9	7.6	0.9	603.9
Cargos Virtuales ⁽³⁾	40.0	8.2	13.2	2.3	84.4	9.3	112.2	14.0	(24.8)

(1) Incluye seis meses de nuestros territorios originales y dos meses de nuestros nuevos territorios adquiridos de Panamco

(2) Excepto volumen y precio promedio por caja unidad

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

INFORMACION RELEVANTE

Por los tres meses terminados en junio 2003

Expresado en millones de pesos mexicanos en poder adquisitivo al 30 de junio de 2003

2° Trimestre 2002	
Inv. Activos fijos	289.4
Depreciación	160.1
Amortización & Otros	126.0

2° Trimestre 2003	
Inv. Activos fijos	431.0
Depreciación	236.9
Amortización & Otros	201.9

VOLUMEN (MCU)

Expresado en millones de cajas unidad

	2° Trimestre 2002					
	Colas	Sabores	Agua	Cerveza	Otros	Total
México ⁽¹⁾	157.9	43.7	59.6	0.0	5.2	266.4
Centroamerica	17.2	5.9	1.1	0.0	0.6	24.8
Colombia	25.5	9.1	7.6	0.0	0.1	42.3
Venezuela	18.9	13.9	4.4	0.0	2.3	39.5
Brasil	34.6	19.7	3.5	13.4	0.3	71.5
Argentina	15.5	7.5	0.3	0.0	0.0	23.3
Total	269.6	99.8	76.5	13.4	8.5	467.8

	2° Trimestre 2003					
	Colas	Sabores	Agua	Cerveza	Otros	Total
México ⁽¹⁾	159.0	49.4	63.1	0.0	1.6	273.1
Centroamerica	18.4	6.4	0.6	0.0	0.9	26.3
Colombia	25.2	9.1	6.4	0.0	0.0	40.7
Venezuela	21.6	11.1	3.0	0.0	2.0	37.7
Brasil	30.3	13.6	2.2	10.4	0.3	56.8
Argentina	19.7	7.1	0.3	0.0	0.0	27.1
Total	274.2	96.7	75.6	10.4	4.8	461.7

(1) El volumen de agua en el 2° trimestre del 2003 incluye 3.2 M CU de presentación CIEL 5.0 Lt.

MEZCLA POR PRESENTACION

Como porcentaje de volumen total

	2° Trimestre 2002			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafón
México	27.6	52.8	1.4	18.3
Centroamerica	53.5	42.8	3.7	-
Colombia	56.3	32.5	2.9	8.3
Venezuela	38.3	52.0	3.0	6.7
Brasil	13.1	83.2	3.6	-
Argentina	7.2	86.8	6.0	-

	2° Trimestre 2003			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafón
México	27.5	54.0	1.2	17.3
Centroamerica	50.4	44.4	5.3	-
Colombia	54.3	35.6	2.9	7.1
Venezuela	36.0	57.4	2.6	4.0
Brasil	13.0	82.9	4.0	-
Argentina	24.4	71.2	4.4	-

INFORMACION RELEVANTE

Por los seis meses terminados en junio 2003

Expresado en pesos mexicanos en poder adquisitivo al 30 de junio de 2003

1° Semestre 2002	
Inv. Activos fijos	521.5
Depreciación	305.3
Amortización & Otros	233.5

1° Semestre 2003	
Inv. Activos fijos	779.8
Depreciación	356.3
Amortización & Otros	294.2

VOLUMEN (MCU)

Expresado en millones de cajas unidad

	1° Semestre 2002					
	Colas	Sabores	Agua	Cerveza	Otros	Total
México ⁽¹⁾	293.6	80.9	104.5	0.0	6.4	485.4
Centroamerica	33.5	11.5	2.2	0.0	1.0	48.2
Colombia	52.2	19.3	16.4	0.0	0.4	88.3
Venezuela	38.5	28.3	8.9	0.0	4.7	80.4
Brasil	71.2	42.6	8.2	27.6	0.6	150.2
Argentina	34.1	18.0	0.5	0.0	0.2	52.8
Total	523.1	200.6	140.7	27.6	13.3	905.3

	1° Semestre 2003					
	Colas	Sabores	Agua	Cerveza	Otros	Total
	292.4	92.7	113.3	0.0	3.0	501.4
	34.9	12.7	1.2	0.0	1.8	50.6
	52.2	18.7	13.8	0.0	0.0	84.7
	38.1	19.1	5.3	0.0	3.4	65.9
	67.5	32.1	5.2	22.1	0.8	127.7
	41.7	16.0	0.6	0.0	0.0	58.3
Total	526.8	191.3	139.4	22.1	9.0	888.6

(1) El volumen de agua en el 1° semestre 2003 incluye 3.2 MCU de presentación CIEL 5.0 Lt.

MEZCLA POR PRESENTACION

Como porcentaje de volumen total

	1° Semestre 2002			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafón
México	28.4	52.5	1.4	17.8
Centroamerica	53.1	43.1	3.8	-
Colombia	56.1	32.6	2.8	8.4
Venezuela	40.5	49.9	3.1	6.5
Brasil	12.9	83.7	3.5	-
Argentina	4.7	90.2	5.1	-

	1° Semestre 2003			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafón
	27.3	54.4	1.3	17.0
	50.4	44.1	5.5	-
	53.4	36.5	2.7	7.4
	34.8	59.0	2.6	3.6
	11.8	84.6	3.6	-
	23.7	72.2	4.1	-

Junio 2003

Informacion Macroeconomica

	INFLACION			TIPO DE CAMBIO ⁽¹⁾ (Por US Dolar)
	Jun-02	Dic-02	Mar-02	
	Jun-03	Jun-03	Jun-03	
México	4.27%	1.25%	-0.07%	10.4410
Colombia	7.22%	5.01%	1.59%	2,817.3200
Venezuela	37.67%	18.35%	8.20%	1,853.0000
Brasil	19.05%	7.25%	1.77%	2.8720
Argentina	9.76%	1.80%	-0.30%	2.8000

(1) Información al 30 de Junio de 2003