

# COMUNICADO DE PRENSA

PARA DISTRIBUCIÓN INMEDIATA

PARA MAYOR INFORMACIÓN:

Fernando Villarreal

Gerencia de Información Financiera

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

(52-5) 081-5120, (52-5) 081-5121

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

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



## Coca-Cola FEMSA Anuncia Resultados del primer trimestre de 2001

- El volumen de ventas consolidado en cajas unidad creció 4.4%, en comparación al primer trimestre del 2000, impulsado principalmente por el crecimiento experimentado en el territorio del Valle de México así como a la introducción de nuevos productos en la operación de Argentina.
- El margen de operación consolidado creció más de tres puntos porcentuales sobre ingresos totales en comparación al primer trimestre del año 2000 ubicándose en 19.4% sobre ingresos totales.
- En términos absolutos, la utilidad de operación consolidada llegó a Ps. 797.4 millones, un incremento de 27.2% comparado al primer trimestre del año pasado, reflejando incrementos de 29.8% y 5.1% en las utilidades de operación de México y Argentina, respectivamente.
- El flujo operativo consolidado se ubicó en 1,076.6 millones de pesos, un aumento de 17.3% en comparación al primer trimestre del 2000.
- La utilidad neta llegó a 411.4 millones de pesos, equivalente a una utilidad neta por acción de 0.29 pesos (US\$0.30 por ADR), lo que representa un aumento del 36.7% en comparación al primer trimestre del 2000.

México, D.F. (25 de Abril de 2001) - Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. (BMV: KOFL) ("KOF" o la "Compañía"), uno de los diez embotelladores ancla de Coca-Cola en el mundo y el embotellador de Coca-Cola más grande en México y Argentina, anunció el día de hoy sus resultados consolidados por el primer trimestre del año 2001.

"Los resultados financieros obtenidos por Coca-Cola FEMSA durante el primer trimestre del año demuestran una vez mas el grado de compromiso, dedicación y talento de los recursos con los que cuenta la Compañía, los cuales nos permitirán continuar con nuestro proceso de crecimiento.", comentó el Lic. Carlos Salazar, Director General de la Compañía.

## **RESULTADOS DE LAS OPERACIONES EN MÉXICO**

### **Volumen de Ventas**

Durante el primer trimestre del año 2001, el volumen de ventas en los territorios mexicanos se ubicó en 108.0 millones de cajas unidad (MCU<sup>1</sup>), lo que representó un incremento del 3.9% en comparación al primer trimestre del año 2000 adicional al crecimiento del 7.7% experimentado en el primer trimestre del 2000 comparado con la cifra de 1999.

Lo anterior fue el resultado de el crecimiento orgánico aunado a la introducción de nuevos productos y presentaciones así como la activación al consumidor mediante patrocinios de eventos y campañas promocionales.

Durante el primer trimestre del año se llevó a cabo la reintroducción de agua "Ciel" y el lanzamiento de "Ciel Mineralizada" la cual viene a complementar nuestro portafolio de productos en México. Con respecto a nuevas presentaciones durante los primeros tres meses de este año se lanzaron Delaware Punch en botella de plástico no retornable de 250 ml., así como Sprite 2lts. en botella de plástico retornable en el Valle de México.

Adicionalmente durante el mes de Abril, también se llevó a cabo la introducción de la nueva marca "Senzao" (bebida gaseosa con sabor a guaraná) que se une al resto de nuestros productos de sabores en los territorios Mexicanos.

### **Ingresos - Precio Promedio**

El precio de venta unitario en los territorios mexicanos llegó a 29.1 pesos por caja unidad, lo que refleja un incremento del 3.1% en comparación al mismo período del año anterior. Este incremento se atribuye principalmente al incremento en precios experimentado durante el mes de noviembre, así como al cambio en nuestra mezcla de ventas hacia presentaciones con mayor precio unitario.

El incremento en el volumen de ventas de la Compañía, aunado a un mejor precio promedio por caja unidad, dieron como resultado un crecimiento de 7.4% en los ingresos totales en el primer trimestre del 2001.

### **Costos - Gastos y Márgenes**

El costo de venta durante el primer trimestre creció un 3.1% en comparación al registrado durante el primer trimestre de 2000, sin embargo se contrajo como porcentaje de las ventas netas, lo que resultó en una mejora del margen bruto de 2.1 puntos porcentuales, el cual se ubicó en niveles de 53.6% de las ventas netas. Lo anterior es principalmente el resultado de: (i) el incremento en el precio unitario de venta promedio, (ii) el incremento en el volumen de ventas, (iii) la reducción en términos reales del precio unitario de algunos de nuestros insumos, provocado principalmente por apreciación del peso mexicano frente al dólar y (iv) el incremento en eficiencias y reducción de costos fijos.

Por su parte, los gastos de administración y venta se incrementaron 2.5% y 0.4%, respectivamente, reflejando (i) el incremento en los gastos de venta variables que resulta de un mayor volumen de ventas, (ii) un aumento en términos reales en el rubro de sueldos y salarios, (iii) mayor inversión en las áreas de tecnología y (iv) mayores gastos de mantenimiento. Sin embargo, es importante resaltar que como porcentaje de ventas totales, los gastos de administración y venta disminuyeron 0.4 y 1.5 puntos porcentuales, respectivamente.

La mejora en el margen bruto, aunado a la reducción de la proporción de gastos de operación sobre ventas totales, dieron como resultado un incremento en el margen de operación de 3.9 puntos porcentuales, de 18.8% en el primer trimestre del año 2000 a 22.7% en el primer trimestre del año 2001. La utilidad de operación registró 717.7 millones de pesos, un incremento de 29.8% sobre la cifra del primer trimestre del 2000, mientras que el flujo operativo<sup>2</sup> llegó a 911.4 millones de pesos, un incremento del 19.9% sobre la misma cifra del año anterior.

<sup>1</sup> El término cajas unidad se refiere a una unidad de medición equivalente a 24 botellas de 8 onzas cada una.

<sup>2</sup> La Compañía calcula el flujo operativo sumando la utilidad de operación, la depreciación, amortización y otras partidas virtuales (incluyendo el gasto por rotura de botellas retornables).

“Estamos orgullosos de poder demostrar que las estrategias que nos hemos propuesto son las adecuadas y que las bases que estamos estableciendo, nos permitirán continuar creciendo en el futuro. Prueba de esto es el incremento en el flujo operativo logrado durante el primer trimestre del año en los territorios mexicanos de casi un 20% con un crecimiento en el volumen de ventas de tan solo un 3.9%, con una mejora en el margen de flujo operativo a ingresos de 3.0 puntos porcentuales en comparación al obtenido en el primer trimestre del año 2000”, dijo el Lic. Salazar.

## **RESULTADOS DE LAS OPERACIONES EN BUENOS AIRES**

“En Argentina, el adverso ambiente económico que prevaleció durante este primer trimestre del año continúa representando un gran reto para las operaciones de la Compañía. Sin embargo, gracias a la implementación de estrategias como la introducción de nuevos productos y presentaciones, la administración de los ingresos mediante la segmentación de productos por canal de ventas y la continua reducción de costos fijos, hemos compensado el efecto desfavorable provocado por la reducción en el precio unitario promedio”, continuó el Lic. Salazar.

### **Volumen de Ventas**

El volumen de ventas de Coca-Cola FEMSA de Buenos Aires se incrementó 5.9% durante el primer trimestre del año 2001 en comparación al mismo período del año 2000, ubicándose el volumen de ventas en los 35.6 millones de cajas unidad. Este crecimiento es inferior al experimentado por el sistema Coca-Cola en Argentina debido entre otras cosas a una comparación desfavorable contra el primer trimestre del 2000(Coca-Cola FEMSA de Buenos Aires creció 6.3% contra el primer trimestre de 1999, mientras que el sistema Coca-Cola en Argentina creció menos del 0.5%.

Durante el primer trimestre se llevaron a cabo lanzamientos de nuevos productos y presentaciones que han permitido llegar al consumidor de bebidas no alcohólicas con una gama más amplia de opciones de acuerdo a sus necesidades. Durante el mes de enero, se introdujo Schweppes en botella de vidrio no retornable de 290 ml, en el mes de Febrero Orange Crush, Agua Mineral KIN, Taí toronja y Crush Toronja, todas estas en presentación en botella de plástico no retornable de 2.25 lt., y durante el mes de Marzo, se lanzó Coca-Cola en botella de vidrio de 1.0 lt. y la bebida energética marca Black Fire en lata de 354 ml.

### **Precio Promedio - Ingresos**

El difícil entorno económico prevaleciente en éste territorio, aunado al efecto provocado por el aumento en el volumen de Taí y Crush, las marcas de Coca-Cola FEMSA que compiten en el segmento de bebidas de precio bajo, dieron como resultado una reducción en el precio promedio por caja unidad del 9.9% en comparación con el primer trimestre del año anterior ubicándolo en niveles de 2.73 pesos argentinos por caja unidad. Durante el primer trimestre del 2000, Taí y Crush representaron el 8.3% y 1.6%, respectivamente de la mezcla de ventas.

El incremento en el volumen de ventas de la Compañía, aunado a la contracción en el precio promedio por caja unidad, dieron como resultado una reducción en las ventas netas de 4.5%. Sin embargo el incremento en los otros ingresos de operación, principalmente provocados por la venta de producto a otros embotelladores (ver Operación Polar), compensó en parte la reducción en ventas, por lo que los ingresos totales de la operación en Buenos Aires se ubicaron en 100.9 millones de pesos argentinos, una disminución de solo 1.8% en comparación con el mismo período del año anterior.

### **Costos - Gastos y Márgenes**

El costo de ventas durante el primer trimestre en el territorio de Argentina, disminuyó un 2.9% en comparación al registrado durante el primer trimestre del 2000, mientras que la utilidad bruta se mantuvo estable comparada al primer trimestre del año anterior, y el margen bruto pasó de 43.2% de las ventas totales en el primer trimestre del año 2000 a 43.9% en el primer trimestre de este año. La expansión del margen bruto es principalmente resultado neto de (i) el crecimiento en el volumen de ventas, (ii) la reducción en el precio unitario de algunos de nuestros insumos, (iii) el incremento en eficiencias y (iv) la reducción de costos fijos, los cuales compensaron el efecto negativo provocado por la reducción en el precio de ventas.

Por su parte, los gastos de administración se mantuvieron iguales en comparación con el primer trimestre del año anterior, sin embargo como porcentaje de los ingresos totales disminuyeron 0.1 puntos porcentuales. Durante el primer trimestre del 2001, los gastos de venta disminuyeron un 2.1% contra el año anterior, como consecuencia de los esfuerzos encaminados a la reducción de costos y gastos fijos relacionados con la disminución de ingresos.

La reducción de costos y gastos fijos refleja el efecto de la reestructuración en Argentina anunciada en nuestro boletín de prensa del cuarto trimestre del 2000.

La mejora en el margen bruto, aunado a la reducción de gastos de operación a ventas totales, dieron como resultado un incremento en el margen de operación a ingresos totales de 0.7 puntos porcentuales al pasar de 9.6% en el primer trimestre del año 2000 a 10.3% durante el primer trimestre del año 2001, a pesar del difícil entorno económico que afectó al mercado.

La utilidad de operación en términos absolutos llegó a 10.4 millones de pesos argentinos, lo que representó un incremento del 5.1%, mientras que el flujo operativo llegó a 17.4 millones de pesos argentinos, un incremento del 5.0%, ambos comparados al primer trimestre del 2000.

## **RESULTADOS CONSOLIDADOS**

El crecimiento en el volumen de ventas durante el primer trimestre del año 2001 en los territorios mexicanos del 3.9% en combinación con el crecimiento del 5.9% en el territorio de Argentina, dieron como resultado un crecimiento en el volumen de ventas consolidado durante el primer trimestre del año del 4.4%.

El incremento en términos reales del precio promedio por caja unidad experimentado en México compensó la importante reducción en el precio unitario en Argentina. El nivel consolidado el precio promedio ponderado por caja unidad mostró un decremento de sólo 0.1% en términos reales en el primer trimestre del 2001.

Un mayor volumen de ventas en conjunción a las mejoras en los márgenes operativos en ambos territorios, resultaron en un incremento en la utilidad de operación durante el primer trimestre de 2001, del 27.2%, con un margen de operación a ingresos totales del 19.4%, 3.4 puntos porcentuales por arriba de la cifra del mismo período del año anterior.

El costo integral de financiamiento durante el primer trimestre del año 2001 registró 38.1 millones de pesos, una reducción del 19.3% contra la misma cifra del año anterior, reflejando: (i) el alto nivel de efectivo en caja, (ii) un menor nivel de pérdida cambiaria provocada por los contratos de futuros del peso mexicano contra el dólar, y (iii) compensado en parte por una pérdida por posición monetaria generada por la deflación de Argentina además de un mayor nivel de activos monetarios.

Coca-Cola FEMSA registro impuestos sobre la renta, impuestos sobre activos y participación de utilidades a los trabajadores por 335.9 millones de pesos durante el primer trimestre de 2001 un incremento del 20.8% en comparación con el primer trimestre del año 2000, lo cual refleja una tasa efectiva de impuestos de 43.4% en este periodo.

La utilidad neta llegó a 411.4 millones de pesos, resultando una utilidad neta por acción de 0.29 pesos (US\$0.30 por ADR), representando un aumento del 36.7% en comparación al primer trimestre del 2000. Aislado el efecto del Boletín C-2, la utilidad neta habría sido 437.9 millones de pesos, 45.5% mayor a la cifra comparable del año anterior; ver Cambios en Principios de Contabilidad en este comunicado.

El flujo operativo consolidado creció 17.3% durante el primer trimestre del año 2001.

## **BALANCE GENERAL**

Al 31 de marzo de 2001, Coca-Cola FEMSA registró un saldo de efectivo y valores de realización inmediata de 2,564 millones de pesos (US\$270 millones) y una deuda financiera total de largo plazo por 2,910 millones de pesos (US\$307 millones). En comparación a Diciembre 31 de 2000, representa un aumento de 637 millones de pesos (US\$70 millones) en efectivo y valores de realización inmediata y un nivel de deuda financiera muy similar.

## **OPERACIÓN POLAR**

Durante el mes de febrero pasado, se firmó un acuerdo con Grupo Polar, otro embotellador de Coca-Cola que opera en un territorio ubicado al Suroeste del actual territorio de Coca-Cola FEMSA en Argentina, mediante el cual y por un plazo de por lo menos 3 años, se realizará la maquila de productos de las marcas Coca-Cola para su venta en ese territorio. Polar cerró la planta productiva que operaba en Chacabuco y actualmente recibe el producto maquilado por Coca-Cola FEMSA para su posterior venta en ese territorio. Estimamos un volumen adicional por esta operación de aproximadamente 6 millones de cajas por año, lo que permitirá a Coca-Cola FEMSA aprovechar economías de escalas, así como una mayor absorción de costos fijos. Es importante aclarar que el volumen generado por esta operación, no será reportado como parte del volumen de ventas de la Compañía.

## **BOLETÍN C-2 INSTRUMENTOS FINANCIEROS CAMBIO EN PRINCIPIOS DE CONTABILIDAD**

A partir de enero del 2001, entró en vigor el Boletín C-2, "Instrumentos Financieros", emitido por el Instituto Mexicano de Contadores Públicos. Este nuevo boletín requiere el reconocimiento a valor de mercado en el estado de situación financiera de todos los instrumentos derivados contratados, ya sean activos o pasivos. Los cambios en el valor de mercado de dichos instrumentos, se registran en el estado de resultados del período.

Al 31 de marzo del 2001, los instrumentos financieros contratados por la Compañía que deben observar los lineamientos de este nuevo boletín, consisten en forwards para compra de dólares. Ver estados financieros auditados de la Compañía al 31 de Diciembre del 2000.

El reconocimiento inicial de este nuevo boletín se incluye en la utilidad neta del período como una partida extraordinaria denominada "Cambio en políticas contables", y cuyo monto ascendió a 40.8 millones de pesos menos su efecto en impuestos diferidos de 14.3 millones de pesos. Este monto corresponde a la parte devengada al 31 de diciembre del 2000, determinándose mediante la variación entre el tipo de cambio contratado para los forwards y el tipo de cambio aplicable a la fecha de contratación. La parte correspondiente al año del 2001, se registra como fluctuación cambiaria, dentro del costo integral de financiamiento.

Hasta el año 2000, el efecto total se registraba en la fecha de vencimiento como fluctuación cambiaria y era determinado con base a la variación entre el tipo de cambio contratado y el tipo de cambio vigente en la fecha de vencimiento.

## EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO 2001

La administración mantiene las expectativas de crecimiento de Coca-Cola FEMSA para el año 2001 previamente comunicadas:

% CRECIMIENTO		
	México	Buenos Aires
Volumen de Ventas	5% - 7%	3% - 5%
Utilidad de Operación	13% - 16%	5% - 8%

La Compañía estima que en el caso de Argentina, el crecimiento del volumen de ventas podría exceder el límite superior de nuestra expectativa, sin embargo esto se compensaría con una reducción en el precio promedio por caja unidad provocada por el alto crecimiento en el segmento de marcas de precio bajo.

❖ ❖ ❖  
Coca-Cola FEMSA S.A. de C.V. produce *Coca-Cola*, *Sprite*, *Fanta*, *Lift* y otras marcas registradas de The Coca-Cola Company en los Territorios del Valle de México y el Sureste en México y en el Territorio de Buenos Aires en Argentina. La Compañía cuenta con 9 plantas embotelladoras en México y una en Buenos Aires y atiende a más de 275,000 detallistas en México y a más de 70,000 detallistas en área del Gran Buenos Aires. Actualmente, Coca-Cola FEMSA representa aproximadamente 3% de las ventas de The Coca-Cola Company a nivel mundial, 24% de las ventas de Coca-Cola en México y 35% de las ventas de Coca-Cola en Argentina. The Coca-Cola Company es propietaria del 30% de las acciones de Coca-Cola FEMSA.

❖ ❖ ❖  
Las cifras correspondientes a las operaciones de la Compañía en México y sus operaciones internacionales consolidadas fueron preparadas de acuerdo con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México. 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 2001. Para efectos de comparación, las cifras de 2000 y 2001 de la Compañía en Argentina han sido actualizadas tomando en cuenta la inflación Argentina, usando como referencia el índice de precios al consumidor, y convertidas de pesos argentinos a pesos mexicanos usando el tipo de cambio al 31 de Marzo de 2001 de 9.4855 pesos por 1.00 peso argentino. Así mismo, todas las comparaciones de este reporte para el primer trimestre de 2001, finalizado el 31 de Marzo de 2001, se realizan en comparación al primer trimestre de 2000, a menos que así se especifique.

Este comunicado de prensa puede contener declaraciones concernientes al desempeño futuro de Coca-Cola FEMSA y deben ser consideradas como estimados de buena fe de la Compañía. Estas declaraciones reflejan las expectativas de la administración y se basan en información actualmente disponible. Los resultados reales están sujetos a eventos futuros e incertidumbre que pueden impactar el desempeño real de la Compañía.

Las referencias realizadas a US\$ corresponden a dólares de los Estados Unidos. Este comunicado de prensa contiene conversiones de ciertas cantidades en pesos a dólares americanos, a tipos de cambio especificados, para la conveniencia del lector exclusivamente. Estas conversiones no deben ser interpretadas como representaciones que las cifras en pesos representan esas cifras en dólares o que puedan ser convertidas a dólares al tipo de cambio especificado.

❖ - ❖ ❖  
**Siguen 3 Tablas**

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

**ESTADO DE RESULTADOS**

Por los tres meses terminados el 31 de Marzo de 2001 y 2000

Expresado en Pesos de Poder Adquisitivo al 31 de Marzo de 2001

	Consolidado			Operaciones en México			Operaciones en Buenos Aires		
	(Millones de Pesos Mexicanos) (1)						(Millones de Pesos Argentinos) (1)		
	2001	2000	% VAR	2001	2000	% VAR	2001	2000	% VAR
Volumen(millones de c.u.)	143.6	137.6	4.4	108.0	103.9	3.9	35.6	33.7	5.9
Precio promedio	28.27	28.31	(0.1)	29.07	28.20	3.1	2.72	3.02	(9.9)
Ventas netas	4,060.9	3,894.3	4.3	3,139.6	2,929.5	7.2	97.1	101.7	(4.5)
Otros ingresos de operación	54.1	19.3	180.3	18.0	9.7	85.6	3.8	1.0	280.0
Ingresos totales	4,115.0	3,913.6	5.1	3,157.6	2,939.2	7.4	100.9	102.7	(1.8)
Costo de ventas	2,010.9	1,982.7	1.4	1,473.7	1,429.8	3.1	56.6	58.3	(2.9)
Utilidad bruta	2,104.1	1,930.9	9.0	1,683.9	1,509.4	11.6	44.3	44.4	(0.2)
Gastos de administración	311.2	304.5	2.2	264.8	258.3	2.5	4.9	4.9	-
Gastos de venta	966.9	969.8	(0.3)	699.6	696.5	0.4	28.2	28.8	(2.1)
Gastos de operación	1,278.1	1,274.3	0.3	964.4	954.8	1.0	33.1	33.7	(1.8)
Amort. del crédito mercantil	28.6	29.9	(4.3)	1.8	1.8	-	0.8	0.8	-
Utilidad de operación	797.4	626.7	27.2	717.7	552.8	29.8	10.4	9.9	5.1
Gastos financieros, neto	79.4	80.7	(1.6)						
Productos financieros	78.2	21.8	258.7						
Gastos financieros, neto	1.1	58.9	(98.1)						
Pérdida cambiaria	26.4	39.5	(33.2)						
Gan. por posición monet.	10.6	(51.2)	(120.7)						
Costo integral de financ.	38.1	47.2	(19.3)						
Otros (prod.), gastos, neto	(14.5)	0.4	(3,736.0)						
Utilidad antes de impuestos	773.8	579.1	33.6						
Impuestos	335.9	278.1	20.8						
Cambio en política contable	(26.5)	-	NA						
Utilidad neta consolidada	411.4	301.0	36.7						
Utilidad mayoritaria	411.4	301.0	36.7						
Flujo operativo (2)	1,076.6	918.1	17.3	911.4	760.4	19.9	17.4	16.6	5.0

(1) Excepto volumen y precio promedio por caja unidad

(2) Utilidad de operación + depreciación, amortización y otras partidas virtuales (incluyendo el gasto por rotura de botellas retornables)

Inflación Mexicana Marzo 2000 - Marzo 2001

7.88%

Inflación Argentina Marzo 2000 - Marzo 2001

-1.73%

Peso / Dólar al 31 de Marzo de 2001

9.486

**Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. y Subsidiarias**  
**Balance Consolidado**  
**Al 31 de Marzo de 2001 y 31 de Diciembre de 2000**  
**Millones de Pesos (Ps.)**  
**Expresado en Pesos de Poder Adquisitivo al 31 de Marzo de 2001**

<b>ACTIVO</b>	<b>2001</b>		<b>2000</b>	
<b>Activo Circulante</b>				
Efectivo y Valores de Realiz. Inm.	Ps.	2,564	Ps.	1,927
Cuentas por cobrar:				
Clientes		436		640
Documentos		71		61
Impuestos por recuperar		4		4
Otros		146		166
		657		871
Inventarios		621		505
Pagos Anticipados		125		65
<b>Total activo circulante</b>		<b>3,967</b>		<b>3,368</b>
<b>Propiedad, planta y equipo</b>				
Terrenos		792		786
Edificios, maquinaria y equipo		8,439		8,503
Depreciación acumulada		(2,845)		(2,791)
Inversiones en proceso		301		272
Botellas y cajas		216		322
<b>Total propiedad, planta y equipo</b>		<b>6,903</b>		<b>7,092</b>
<b>Inversión en acciones</b>		<b>211</b>		<b>210</b>
<b>Cargos diferidos, neto</b>		<b>479</b>		<b>503</b>
<b>Crédito mercantil, neto</b>		<b>1,590</b>		<b>1,644</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	Ps.	<b>13,150</b>	Ps.	<b>12,817</b>

<b>PASIVO Y CAPITAL CONTABLE</b>	<b>2001</b>		<b>2000</b>	
<b>Pasivo Circulante</b>				
Deuda a corto plazo, documentos e intereses	Ps.	105	Ps.	87
Proveedores		1,329		1,388
Cuentas por pagar y otros		644		550
Impuestos por pagar		447		260
<b>Pasivo Circulante</b>		<b>2,525</b>		<b>2,285</b>
Prestamos bancarios a largo plazo		2,892		2,965
Plan de pensiones, prima de antigüedad y otros		165		162
Otros pasivos		988		982
<b>Total pasivo</b>		<b>6,570</b>		<b>6,394</b>
<b>Capital Contable</b>				
Interés minoritario		0		0
Interés mayoritario:				
Capital social		2,169		2,169
Prima en suscripción de acciones		1,526		1,526
Utilidades retenidas		5,014		4,005
Utilidad neta del período		411		1,301
Resultado acumulado por tenencia de activos no monetarios		(2,540)		(2,578)
<b>Total interés mayoritario</b>		<b>6,580</b>		<b>6,423</b>
<b>Total capital contable</b>		<b>6,580</b>		<b>6,423</b>
<b>TOTAL PASIVO Y CAPITAL</b>	Ps.	<b>13,150</b>	Ps.	<b>12,817</b>

Inflación Mexicana Diciembre 2000 - Marzo 2001  
 Inflación Argentina Diciembre 2000 - Marzo 2001  
 Peso / Dólar al 31 de Marzo de 2001

0.99%  
 -0.24%  
 9.4855

## Información relevante

### Por los tres meses terminados el 31 de Marzo de 2001

Expresado en pesos del 31 de Marzo de 2001

	2001
<b>Depreciación (1)</b>	184.4
<b>Otros virtuales</b>	94.8
<b>Inversión en Activos Fijos (2)</b>	134.6

(Incluye amortización del good will)(1)

(Incluye Botellas y Cajas y Cargos Diferidos)(2)

### Información de Volumen de Ventas

Expresado en millones de cajas unidad

	2001	2000
México	108.0	103.9
Valle de México	81.3	77.4
Sureste	26.7	26.5
Buenos Aires	35.6	33.7
<b>Total</b>	<b>143.6</b>	<b>137.6</b>

### Mezcla por Producto

(Colas / Sabores / Agua)

Como porcentaje del volumen total

	2001	2000
México	77/19/4	75/22/3
Valle de México	78/19/3	75/22/3
Sureste	74/20/6	74/21/5
Buenos Aires	68/31/1	76/23/1
<b>Total</b>	<b>75/22/3</b>	<b>75/22/3</b>

### Mezcla por Presentación

(Retornable / No Retornable)

Como porcentaje del volumen total

	2001	2000
México	44/56	45/55
Valle de México	42/58	42/58
Sureste	48/52	53/47
Buenos Aires	7/93	10/90
<b>Total</b>	<b>35/65</b>	<b>36/64</b>