

COMUNICADO DE PRENSA



PARA PUBLICACIÓN INMEDIATA

PARA MAYOR INFORMACIÓN:

Alfredo Fernández / Julieta Naranjo

Departamento de Relaciones con Inversionistas

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

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

afernandez@kof.com.mx

Página WEB: www.cocacola-femsa.com.mx

COCA-COLA FEMSA anuncia un crecimiento del 16% en la utilidad operativa para el primer trimestre del año 2002

PRIMER TRIMESTRE DE 2002

- ☞ Las ventas totales consolidadas incrementaron 3.4% como consecuencia de un incremento del 5.2% en los territorios mexicanos que compensaron una caída del 14.3% en Argentina.
- ☞ La utilidad de operación consolidada creció 16.0% alcanzando los Ps. 887.8 millones, logrando un margen operativo consolidado del 23.6%, un incremento de 2.5 puntos porcentuales en comparación con el primer trimestre del año 2001. La utilidad de operación durante este periodo incrementó 17.3% en los territorios mexicanos y decreció 56.1% en Buenos Aires en comparación con el primer trimestre del año 2001.
- ☞ La utilidad consolidada antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización (flujo operativo)¹ creció 9.8% respecto al primer trimestre de 2001, alcanzando la cifra de Ps. 1,110.0 millones.
- ☞ La utilidad neta mayoritaria incrementó 85.4%, alcanzando Ps. 696.8 millones, dando como resultado una utilidad por acción (UPA) de Ps. 0.489 (US\$0.543 por ADR).

Ciudad de México (25 de abril de 2002) - 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 2002.

“Nuestra compañía continua teniendo un desempeño sobresaliente, logrando un crecimiento en sus ingresos y expandiendo sus márgenes. Nuestras operaciones en México están sustentando el crecimiento de la Compañía y nuestra experiencia operando previamente bajo un entorno inflacionario en México, nos preparó para afrontar la difícil situación en Argentina, que representa un 4.3% de nuestro flujo operativo total” comentó Carlos Salazar, Director General de la Compañía.

¹ Coca-Cola FEMSA calcula el flujo operativo sumando a la utilidad de operación la depreciación, amortización y otras partidas virtuales (incluyendo el gasto por rotura de botellas retornables). Es importante resaltar que la Comisión de Valores en los Estados Unidos (“Securities Exchange Comisión”) no fomenta el uso del flujo operativo. Sin embargo, la Compañía estima que el flujo operativo es un estándar de la industria y una herramienta de medición útil.

RESULTADOS CONSOLIDADOS

Las ventas totales consolidadas incrementaron 3.4% hasta Ps. 3,759.8 millones durante el primer trimestre del año 2002. Un crecimiento de volumen de 3.0% en las operaciones mexicanas de la Compañía, combinado con un incremento del precio promedio consolidado de 5.6% más que compensaron la caída de 17.4% en los volúmenes de venta de Argentina. La utilidad de operación consolidada incrementó 16.0% respecto del mismo periodo del año 2001.

El flujo operativo consolidado creció 9.8% alcanzando los Ps. 1,110.0 millones durante el primer trimestre del año 2002. El margen del flujo operativo creció hasta 29.5% en comparación con el 27.8% del primer trimestre del año 2001. Este crecimiento se debe principalmente a la combinación de (i) el incremento en los precios promedios consolidados y (ii) menores costos de algunas materias primas debido a la apreciación del peso mexicano respecto al U.S dólar.

El costo integral de financiamiento² pasó de un costo de Ps. 50.8 millones en el primer trimestre de 2001 a una ganancia de Ps. 243.3 millones en el mismo periodo del año 2002. Los siguientes factores contribuyeron a la disminución neta:

- ✂ El gasto financiero neto decreció 25.0% durante el primer trimestre en comparación con el mismo periodo del año 2001, debido a la combinación de mayores saldos de efectivo de la Compañía y a la apreciación del peso mexicano respecto al U.S. dólar, que más que compensaron las menores tasas de interés de nuestras inversiones.
- ✂ La ganancia cambiaria fue de Ps. 82.3 millones durante el primer trimestre del año 2002, principalmente generada por la depreciación del peso argentino frente al U.S. dólar y la apreciación del peso mexicano frente al U.S. dólar, ambos efectos aplicados a los activos netos denominados en U.S. dólares de la empresa en Argentina y México, respectivamente. Al día 31 de Marzo de 2001, la Compañía aplicó un tipo de cambio de A\$3.0 pesos argentinos por U.S dólar (ver “Impactos de la Devaluación del Peso Argentino respecto al U.S. dólar,” en página #5)
- ✂ La posición monetaria pasó de una pérdida de Ps. 11.1 millones a una ganancia de Ps. 170.0 millones durante el primer trimestre del año 2002, como consecuencia de los ajustes a las inflaciones Mexicana y Argentina aplicados a los activos monetarios netos de nuestras operaciones.

KOF registró un impuesto sobre la renta, impuesto al activo, y participación de las utilidades a los trabajadores de Ps. 430.7 millones para el primer trimestre de 2002. La tasa anual efectiva de impuestos decreció de 44.6% en el primer trimestre de 2001 a 38.2% en el mismo periodo del año 2002, debido a la reducción de los impuestos diferidos como resultado de las modificaciones de la ley mexicana del ISR, que marca una disminución gradual de la tasa de impuestos del 35% en 2002 al 32% en 2005.

La utilidad neta consolidada incrementó 85.4% desde Ps. 375.9 millones en el primer trimestre del año 2001 hasta Ps. 696.8 millones para el mismo periodo del año 2002. La utilidad neta por acción alcanzó Ps. 0.489 (US\$0.543 per ADR).

² El término “costo integral de financiamiento” se refiere a la combinación de efectos financiero de (i) gasto o ingreso financiero neto (ii) ganancia o pérdida cambiaria (iii) ganancia por posición monetaria de la Compañía

BALANCE GENERAL

Al 31 de Marzo de 2002, Coca-Cola FEMSA registró un saldo de efectivo de Ps. 4,430 millones (\$491.5 millones de U.S. dólares) y una deuda bancaria total de Ps. 2,830 millones (\$314.0 millones de U.S. dólares). En comparación con el 31 de diciembre de 2001, esto representa un incremento del saldo en efectivo de U.S.\$23.9 millones durante el trimestre, que incluye la compra anticipada de ciertas materias primas.

RESULTADOS DE LA OPERACIÓN EN MÉXICO

Ingresos

Los ingresos de los territorios mexicanos alcanzaron Ps. 3,475.4 millones, representando un incremento de 5.2% respecto al primer trimestre de 2001. El volumen de ventas fue de 111.2 millones de cajas unidad (MCU)³, un incremento de 3.0% respecto al primer trimestre de 2001.

El incremento en el volumen de ventas en nuestros territorios mexicanos fue atribuible a (i) el incremento de 8.9% en el volumen de ventas de *Coca-Cola Light* durante el primer trimestre de 2002, (ii) el desempeño de *Senzao* y la recientemente introducida *Mundet*, que representaron el 1.7% y el 2.4% del volumen total de ventas para el primer trimestre de 2002, respectivamente, (iii) el crecimiento en volumen trimestral de *Ciel*, la marca de agua natural de Coca-Cola, del 11.1% respecto al mismo trimestre del año 2001 y (iv) el buen desempeño de la nueva presentación de vidrio no retornable de ocho onzas de *Coca-Cola*, que representó el 1.5% de la mezcla total de empaques para el primer trimestre de 2002.

Utilidad Bruta

La utilidad bruta creció 9.1% para el primer trimestre de 2002. Como porcentaje a ventas totales, el costo de ventas consolidado disminuyó dos puntos porcentuales durante el primer trimestre de 2002, como resultado de una reducción en precios de ciertas materias primas de empaque debido a la apreciación del peso mexicano respecto al U.S. dólar, y de la mayor absorción de costos fijos generada por el incremento del volumen de ventas.

Utilidad de Operación

Los gastos de administración para el primer trimestre de 2002 incrementaron un 3.4% respecto al mismo periodo de 2001, sin embargo como porcentaje de ventas permanecieron prácticamente sin cambios.

Como porcentaje a ventas, los gastos de ventas para el primer trimestre de 2002 decrecieron 0.5 puntos porcentuales respecto al mismo periodo del año 2001, reflejando principalmente menores costos derivados de la rotura de botellas retornables y cajas debido a una mayor presencia de productos no retornables en la mezcla total.

³ Caja unidad es una medida equivalente a una caja de 24 botellas de 8 onzas

La combinación del incremento en volumen de ventas, el crecimiento del precio promedio y el menor costo de ventas por caja unidad, dio como resultado un incremento en la utilidad operativa de 17.3% durante el primer trimestre de 2002. El margen operativo creció de 22.7% en el primer trimestre de 2001 a 25.4% para el mismo periodo de 2002. El flujo operativo en el primer trimestre de 2002 alcanzó Ps. 1,062.3 millones (U.S.\$117.9 millones), un incremento de 11.4% respecto al primer trimestre de 2001.

RESULTADOS DE LA OPERACIÓN EN ARGENTINA

A pesar de la fuerte devaluación del peso argentino, nuestras operaciones alcanzaron un margen de utilidad operativa del 5.3% como porcentaje de las ventas, y un flujo operativo de A\$15.9 millones que representa una caída del 16.8% respecto al primer trimestre del año 2001.

El manejo de estrategias de precios, la segmentación del mercado, los programas para la reducción de costos, las estrategias para el manejo de efectivo y las iniciativas de renegociación de los términos de los contratos de adquisición de materias primas y los términos comerciales con nuestros clientes han jugado un papel clave para lograr los resultados operativos obtenidos.

Ingresos Totales

El crecimiento económico negativo experimentado durante los últimos cuatro años y la actual devaluación del peso argentino produjeron una tasa de desempleo superior al 30.0% en el área del Gran Buenos Aires y una fuerte disminución en el poder adquisitivo de los consumidores. Estas circunstancias económicas, combinadas con nuestro esfuerzo por adaptar los precios de nuestros productos a la inflación mediante sucesivos incrementos de los mismos a lo largo del trimestre, produjeron una reducción de 17.4% en nuestro volumen de ventas.

Taí y Crush, nuestras marcas de protección de valor, representaron el 20.5% de nuestra mezcla total de productos en el primer trimestre del año 2002 comparado con el 9.9% del mismo periodo del año anterior. Los ingresos para el primer trimestre de 2002 decrecieron un 14.3% a pesar del 2.7% de incremento real en el precio promedio por caja unidad en los territorios argentinos.

Utilidad Bruta

La utilidad bruta decreció un 28.0% para el primer trimestre de 2002 como resultado del menor volumen de ventas, menor absorción de los costos fijos, incrementos en los precios de las materias primas, así como por los cargos virtuales en pesos argentinos de nuestros activos denominados en U.S. dólares. Como porcentaje de ventas, el costo de ventas creció 7.0 puntos porcentuales.

Utilidad de Operación

Los gastos administrativos como porcentaje de las ventas incrementaron 1.4 puntos porcentuales, un crecimiento del 11.1% en términos absolutos para el primer trimestre de 2002 respecto al mismo periodo del año 2001. Esto se debe fundamentalmente a una

mayor carga en la depreciación en pesos argentinos debido a los bienes denominados en moneda extranjera y a los contratos de arrendamiento financiero denominados en U.S. dólares.

Como porcentaje de las ventas totales, los gastos de venta decrecieron 3.6 puntos porcentuales durante el primer trimestre de 2002, representando un decrecimiento de 25.3% en términos absolutos respecto al mismo periodo del año anterior. Este decrecimiento se produjo como consecuencia de (i) menores gastos de mercadotecnia, (ii) una optimización de personal generada por la implementación de un programa de trabajo estacional en el que se ajusta la plantilla laboral al ciclo de negocio de nuestras operaciones argentinas, combinados con (iii) una reestructuración de las áreas de preventa, logística y distribución.

Como porcentaje de las ventas totales, la utilidad de operación decreció 5.0 puntos porcentuales, alcanzando los A\$5.0 millones durante el primer trimestre de 2002. El flujo operativo durante el primer trimestre de 2002 fue de A\$15.9 millones, decreciendo 0.5 puntos porcentuales como porcentaje de ventas totales respecto al primer trimestre de 2001.

“El desempeño de nuestras operaciones en Argentina demuestra nuestro profundo conocimiento de la industria local de refrescos en Buenos Aires, así como el esfuerzo proactivo de la Compañía para adaptar nuestras estrategias operativas a la difícil realidad de la economía Argentina.

Estamos preparados para transformar los actuales desafíos en oportunidades de negocio adaptando nuestro portafolio de presentaciones de empaques, incrementando la presencia de nuestras presentaciones retornables dentro de la mezcla total y apoyándonos en nuestras marcas de protección de valor. Pretendemos continuar preservando el valor de nuestras principales marcas mediante la implementación de estrategias de multi-segmentación de mercado e iniciativas de estrategias de precios,” declaró Carlos Salazar, Director General de la Compañía.

IMPACTOS DE LA DEVALUACIÓN DEL PESO ARGENTINO RESPECTO AL U.S. DÓLAR.

Como se menciona en nuestro comunicado de prensa del cuarto trimestre de diciembre de 2001, el gobierno Argentino implementó diversas medidas económicas que restringían los retiros de efectivo de las cuentas de depósito locales. Especialmente, el gobierno limitó las transacciones financieras denominadas en moneda extranjera desde el 21 de Diciembre de 2001 hasta el 11 de Enero de 2002.

Después de este periodo, el gobierno implementó un mecanismo de cambio dual por el que coexistía un tipo de cambio controlado para transacciones específicas de importación y exportación con un tipo de cambio flotante determinado por la oferta y demanda para transacciones locales. El 11 de Febrero de 2002, el gobierno argentino eliminó el tipo de cambio controlado.

Al 31 de Marzo de 2002, el tipo de cambio era de A\$ 3.0 pesos por U.S. dólar. Esta tasa implica una devaluación del peso argentino respecto al U.S dólar de 76.5% durante el trimestre al comparar la tasa actual con la utilizada por la Compañía el 31 de Diciembre.

La pérdida acumulada generada por la devaluación del peso argentino hasta el 31 de Marzo de 2002 ascendió a U.S.\$141.3 millones, y redujo el capital contable de la Compañía. Este dato incluye U.S.\$ 91.9 millones registrados a finales del año pasado.

El crédito mercantil generado por la adquisición de nuestra subsidiaria en Argentina, es considerado como parte de la inversión neta en Coca-Cola FEMSA de Buenos Aires y es registrado en pesos argentinos. Por esta razón, el impacto en el capital contable mencionado anteriormente, incluye la reducción acumulada de U.S.\$100.8 millones.

Con el objetivo de presentar datos comparativos de periodos anteriores y de acuerdo a los principios contables, la Compañía utilizó, al cierre del último trimestre, un tipo de cambio de A\$ 3.0 por U.S.\$ dólar para la conversión del Balance General y el Estado de Resultados de años anteriores.

EVENTOS RECIENTES

- Como mencionamos en el comunicado de prensa del cuarto trimestre de 2001, la Compañía reconvirtió las plantas de embotellado en México para utilizar azúcar de caña como edulcorante en nuestros procesos de producción con la finalidad de minimizar el impacto producido por el Impuesto Especial a Productos y Servicios "IEPS" establecido por el gobierno mexicano en Enero de 2002 sobre los refrescos carbonatados con alta fructosa. Aún y cuando el gobierno mexicano suspendió este impuesto en Marzo de 2002 hasta Septiembre del mismo año, la Compañía continúa utilizando azúcar de caña en sus procesos de producción.
- La Compañía inició un procedimiento de amparo en relación a el IEPS establecido sobre los inventarios producidos con alta fructosa a finales del año 2001 y a principios de 2002. La Compañía no considera que una decisión desfavorable pueda tener un impacto material en sus resultados financieros.
- Respecto a la demanda de la Comisión Federal de Competencia "CFC" en relación a las prácticas de exclusividad en la industria de refrescos en México, la Compañía, de acuerdo a la Ley Mexicana Federal de Competencia, interpuso un recurso de apelación a la decisión adoptada por la CFC. En el caso de que este procedimiento legal sea desfavorable para la Compañía, interpondremos nuevamente un recurso de apelación ante las autoridades mexicanas competentes. La Compañía no considera que una decisión desfavorable pueda tener un impacto material en sus resultados financieros.

EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO PARA 2002.

La Compañía estima un crecimiento en el volumen de ventas de sus operaciones Mexicanas de entre un 3% -5% para 2002 y un crecimiento de 12% -14% en la utilidad de operación durante el mismo período.

Debido a la difícil situación de la economía argentina y la incertidumbre actual del entorno económico, la Compañía no se encuentra en la posición de estimar las expectativas de crecimiento para sus operaciones argentinas en el 2002. Sin embargo, las siguientes iniciativas están siendo evaluadas para sobrellevar la situación actual en Argentina:

- /// Mantener la rentabilidad de nuestros productos a través del incremento de precios.
- /// Fortalecer nuestro portafolio de marcas protegiendo nuestras principales marcas, enfocándonos a presentaciones más accesibles y reforzando nuestra estrategia frente a las marcas de precio (ej. introducción de presentaciones en empaques retornables).
- /// Explorar nuevas ocasiones de consumo y desarrollar canales de distribución tradicionales.
- /// Explorar iniciativas para reducir costos (ej. evaluar otras alternativas de transportación entre la planta y los centros de distribución).
- /// Renegociar los términos comerciales para proteger el capital de trabajo.

INFORMACIÓN PARA LA CONFERENCIA TELEFÓNICA

La Conferencia telefónica del primer trimestre del 2002 tendrá lugar el jueves 25 de abril del 2002 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: 888-224-3260. Internacional: 973-317-5319.

Si usted no puede participar en la Conferencia en tiempo real, una repetición instantánea de la misma estará disponible hasta el 2 de Mayo de 2002. Para escuchar las repetición, por favor marcar: U.S. locales: 800-428-6051. Internacional: 973-709-2089. Contraseña: 239521.

////

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 4% de las ventas globales de Coca-Cola, 26% de todas las ventas de Coca-Cola en México y aproximadamente el 36% 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 2002. Para fines de comparación las cifras de la compañía en sus operaciones en Argentina para 2001 y 2002, han sido reexpresadas 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 2002, de Ps. 3.004 por A\$1.00 peso argentino. Además, todas las comparaciones para el primer trimestre de 2002, terminado el 31 de marzo de 2002, contenidas en este reporte han sido hechas contra cifras del periodo comparable, el primer trimestre de 2001, 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.

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 diciembre de 2001 y 31 de marzo de 2002
Millones de Pesos (Ps.)
Expresado en Pesos de Poder Adquisitivo al 31 de marzo de 2002

ACTIVO	2002	2001
Activo Circulante		
Efectivo y Valores de Realiz. Inm.	Ps. 4,430	Ps. 4,328
Cuentas por cobrar:		
Clientes	441	549
Documentos	9	20
Impuestos por recuperar	7	2
Otros	230	312
	<u>687</u>	<u>883</u>
Inventarios	958	538
Pagos Anticipados	58	24
Total activo circulante	6,133	5,773
Propiedad, planta y equipo		
Terrenos	696	711
Edificios, maquinaria y equipo	7,884	7,468
Depreciación acumulada	-2,783	-2,429
Inversiones en proceso	332	290
Botellas y cajas	290	201
Total propiedad, planta y equipo	6,419	6,241
Inversión en acciones	106	110
Cargos diferidos, neto	506	491
Crédito mercantil, neto	585	823
TOTAL ACTIVO	Ps. 13,749	Ps. 13,438

PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	2002	2001
Pasivo Circulante		
Deuda a corto plazo, documentos e intereses	Ps. 94	Ps. 76
Proveedores	1,012	1,408
Cuentas por pagar y otros	1,100	417
Impuestos por pagar	313	373
Pasivo Circulante	2,519	2,274
Prestamos bancarios a largo plazo	2,737	2,829
Plan de pensiones, prima de antigüedad y otros	166	164
Otros pasivos	1,198	963
Total pasivo	6,620	6,230
Capital Contable		
Interés minoritario	0	0
Interés mayoritario:		
Capital social	2,272	2,272
Prima en suscripción de acciones	1,599	1,599
Utilidades retenidas	6,060	4,537
Utilidad neta del período	697	2,084
Resultado acumulado por tenencia de activos no monetarios	-3,499	-3,284
Total interés mayoritario	7,129	7,208
Total capital contable	7,129	7,208
TOTAL PASIVO Y CAPITAL	Ps. 13,749	Ps. 13,438

Inflación Mexicana diciembre 2001 - marzo 2002	1.37%
Inflación Argentina diciembre 2001 - marzo 2002	10.74%
Peso mexicano/ Dólar al 31 de marzo de 2002	9.013
Peso argentino / U.S. Dolar al 31 de marzo de 2002	3.000

Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. y Subsidiarias
ESTADO DE RESULTADOS
Por los tres meses terminados el 31 de marzo de 2002 y 2001
Expresado en Pesos de Poder Adquisitivo al 31 de marzo de 2002

	Consolidado			Operaciones en México			Operaciones en Buenos Aires		
	(Millones de Pesos Mexicanos) (1)						(Millones de Pesos Argentinos) (1)		
	2002	2001	% VAR	2002	2001	% VAR	2002	2001	% VAR
Volumen(millones de c.u.)	140.6	143.6	(2.1)	111.2	108.0	3.0	29.4	35.6	(17.4)
Precio promedio	26.52	25.11	5.6	31.09	30.42	2.2	3.07	2.99	2.7
Ventas netas	3,728.4	3,605.1	3.4	3,456.7	3,285.8	5.2	90.4	106.3	(15.0)
Otros ingresos de operación	31.4	31.4	-	18.7	18.8	(0.5)	4.3	4.2	2.4
Ingresos totales	3,759.8	3,636.5	3.4	3,475.4	3,304.6	5.2	94.7	110.5	(14.3)
Costo de ventas	1,732.8	1,728.6	0.2	1,553.3	1,542.3	0.7	59.8	62.0	(3.5)
Utilidad bruta	2,027.0	1,907.9	6.2	1,922.1	1,762.3	9.1	34.9	48.5	(28.0)
Gastos de administración	304.5	293.1	3.9	286.5	277.1	3.4	6.0	5.4	11.1
Gastos de venta	821.8	824.8	(0.4)	752.6	732.2	2.8	23.0	30.8	(25.3)
Gastos de operación	1,126.3	1,117.9	0.8	1,039.1	1,009.3	3.0	29.0	36.2	(19.9)
Amort. del crédito mercantil	12.9	24.4	(47.1)	1.9	1.9	-	0.9	0.9	-
Ajuste de activos fijos	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Utilidad de operación	887.8	765.6	16.0	881.1	751.1	17.3	5.0	11.4	(56.1)
Gastos financieros	70.0	82.1	(14.7)						
Productos financieros	61.0	70.1	(13.0)						
Gastos financieros, neto	9.0	12.0	(25.0)						
Pérdida (ganancia) cambiaria	(82.3)	27.7	(397.1)						
Pérd.(Gan). por posición monet.	(170.0)	11.1	(1,631.5)						
Costo integral de financ.	(243.3)	50.8	(578.9)						
Otros (prod.), gastos, neto	3.6	(13.7)	(126.2)						
Utilidad antes de impuestos	1,127.5	728.5	54.8						
Impuestos	430.7	325.1	32.5						
Cambio en política contable (2)	-	(27.8)	NA						
Utilidad neta consolidada	696.8	375.9	85.4						
Utilidad mayoritaria	696.8	375.9	85.4						
Flujo operativo (3)	1,110.0	1,011.1	9.8	1,062.3	953.9	11.4	15.9	19.1	(16.8)

(1) Excepto volumen y precio promedio por caja unidad

(2) Emisión del boletín C-2 " Instrumentos Financieros "Incluido en el primer trimestre del 2001. Para información adicional referirse a boletín de prensa

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

Inflación Mexicana marzo 2001 - marzo 2002	4.66%
Inflación Argentina marzo 2001 - marzo 2002	9.42%
Peso Argentino / U.S. dólar al 31 de marzo de 2002	3.000
Peso mexicano / U.S. dolar al 31 de marzo de 2002	9.013

Información relevante

Por los tres meses terminados el 31 de marzo de 2002

Expresado en pesos del 31 de marzo de 2002

	2002
Depreciación (1)	136.9
Otros virtuales	85.2
Inversión en Activos Fijos (2)	220.5

(1) (Incluye Amortización del Good Will)

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

Información del Volumen de Ventas

Expresado en millones de cajas unidad

	2002	2001
México	111.2	108.0
Valle de México	83.9	81.3
Sureste	27.3	26.7
Buenos Aires	29.4	35.6
Total	140.6	143.6

Mezcla por Producto

(Colas / Sabores / Agua)

Como porcentaje del volumen total

	2002	2001
México	74/22/4	77/19/4
Valle de México	74/23/3	78/19/3
Sureste	73/21/6	74/20/6
Buenos Aires	63/36/1	68/31/1
Total	72/25/3	75/22/3

Mezcla por Presentación

(Retornable / No Retornable)

Como porcentaje del volumen total

	2002	2001
México	38/62	44/56
Valle de México	36/64	42/58
Sureste	44/56	48/52
Buenos Aires	3/97	7/93
Total	31/69	35/65