

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

afernandeze@kof.com.mx

Página WEB: www.cocacola-femsa.com.mx

COCA-COLA FEMSA anuncia un crecimiento del 19.3% en la utilidad operativa para el segundo trimestre del año 2002

SEGUNDO TRIMESTRE DE 2002

- Las ventas totales consolidadas incrementaron 8.5% como consecuencia de un incremento del 10.6% en los territorios mexicanos que compensaron una caída del 19.3% en Argentina.
- La utilidad de operación consolidada creció 19.3% alcanzando los Ps.1,181.4 millones, logrando un margen operativo consolidado del 26.4%, un incremento de 2.4 puntos porcentuales en comparación con el segundo trimestre del año 2001. La utilidad de operación durante este periodo incrementó 20.8% en los territorios mexicanos en comparación con el segundo trimestre del año 2001.
- La utilidad consolidada antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización (flujo operativo)¹ creció 15.3% respecto al segundo trimestre de 2001, alcanzando la cifra de Ps.1,436.7 millones.
- La utilidad neta mayoritaria incrementó 49.3%, alcanzando Ps. 816.4 millones, dando como resultado una utilidad por acción (UPA) de Ps. 0.573 (US\$ 0.576 por ADR).

Ciudad de México (25 de julio 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 segundo trimestre del año 2002.

“Nuestra compañía continua alcanzando resultados sobresalientes, generando volúmenes incrementales de cada uno de los segmentos de nuestro portafolio de productos. La marca *Coca-Cola* y la introducción de nuevos productos han contribuido significativamente para estos logros. Esperamos seguir lanzando nuevas presentaciones, capturar nuevas ocasiones de consumos y prepararnos para hacer frente a un entorno más competitivo en nuestra industria. Coca-Cola FEMSA es más fuerte y tiene más experiencia que nunca, para seguir siendo el estándar de calidad en ejecución en nuestra industria”, 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 8.9% hasta Ps. 4,474.4 millones durante el segundo trimestre del año 2002. Un crecimiento de volumen de 6.7% en las operaciones mexicanas de la Compañía, combinado con un incremento del precio promedio en nuestra operación en México de 36% que más que compensaron la caída de 21.6% en los volúmenes de venta de Argentina. La utilidad de operación consolidada incrementó 19.3% respecto del mismo periodo del año 2001.

El flujo operativo consolidado creció 15.3% alcanzando los Ps. 1,436.7 millones durante el segundo trimestre del año 2002. El margen del flujo operativo creció hasta 32.1% en comparación con el 30.2% del segundo trimestre del año 2001. Este crecimiento se debe principalmente a la combinación de (i) el incremento en los precios promedios consolidados, y (ii) una mayor absorción de costos fijos debido al crecimiento de volumen en nuestras operaciones de México.

El costo integral de financiamiento² pasó de un costo de Ps. 35.7 millones en el segundo trimestre de 2001 a una ganancia de Ps. 291.7 millones en el mismo periodo del año 2002. Los siguientes factores contribuyeron a la disminución neta:

- El gasto financiero neto incrementó 106.5% durante el segundo trimestre en comparación con el mismo periodo del año 2001, como resultado del incremento en los gastos financieros derivados de la depreciación del peso Mexicano frente al U.S. dólar, aplicada a nuestros pasivos denominados en U.S. dólares y a la reducción de las tasas de interés aplicadas a nuestras posiciones en caja denominadas en U.S. dólares y pesos Mexicanos.
- La ganancia cambiaria fue de Ps. 55.6 millones durante el segundo trimestre del año 2002, ocasionada principalmente por el impacto de la depreciación del peso Mexicano frente al U.S. dólar y a la devaluación del peso argentino frente al U.S. dólar aplicadas a las posiciones en caja de la compañía en México y Argentina, respectivamente, las cuáles más que compensaron el impacto de la devaluación del peso Mexicano frente al U.S. dólar aplicado a nuestros pasivos denominados en U.S. dólares no cubiertos e incurridos por la adquisición de Coca-Cola FEMSA de Buenos Aires³.
- En el segundo trimestre del 2002 la ganancia por posición monetaria ascendió a 264.8 millones de pesos comparada con una ganancia de 24.3 millones en el segundo trimestre del 2001. Este incremento fue generado principalmente como resultado de la tasa de inflación de Argentina (18.27%) aplicada a los pasivos cubiertos incurridos por la adquisición de Coca-Cola FEMSA de Buenos Aires.

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

³ Al 30 de Junio de 2002, el monto total de financiamiento que fue utilizado para adquirir Coca-Cola FEMSA de Buenos Aires fue de aproximadamente U.S.\$300 millones. De acuerdo a los Principios Contables de México la inversión en Coca-Cola FEMSA de Buenos Aires fue designada como cobertura. La inversión neta en Coca-Cola FEMSA de Buenos Aires totalizó U.S.\$118.1 millones, siendo esta la cantidad máxima que debe ser considerada como cubierta actualmente; como consecuencia los pasivos no cubiertos totalizaron U.S.\$181.5 millones.

KOF registró un impuesto sobre la renta, impuesto al activo, y participación de las utilidades a los trabajadores de Ps. 613.8 millones para el segundo trimestre de 2002, representando una tasa anual efectiva de impuestos de 42.9% en el segundo trimestre de 2002, comparado con un 43% del mismo periodo del año 2001.

La utilidad neta consolidada incrementó 49.3% desde Ps. 546.9 millones en el segundo trimestre del año 2001 hasta Ps. 816.4 millones para el mismo periodo del año 2002. La utilidad neta por acción alcanzó Ps. 0.573 (US\$0.576 por ADR).

BALANCE GENERAL

Al 30 de Junio de 2002, Coca-Cola FEMSA registró un saldo de efectivo de Ps. 4,581.8 millones (\$460.8 millones de U.S. dólares) y una deuda bancaria total de Ps. 3,054.8 millones (\$307.2 millones de U.S. dólares). En comparación con el 31 de marzo de 2001, esto representa una reducción del saldo en efectivo de U.S.\$30.7 millones durante el trimestre, debido al pago de dividendos de U.S.\$57.8 millones efectuado durante Mayo de 2002.

RESULTADOS DE LA OPERACIÓN EN MÉXICO

Ingresos

Los ingresos de los territorios mexicanos alcanzaron Ps. 4,253.7 millones, representando un incremento de 10.5% respecto al segundo trimestre de 2001. El volumen de ventas fue de 133.8 millones de cajas unidad (MCU)⁴, un incremento de 6.7% respecto al segundo trimestre de 2001.

El incremento en el volumen de ventas en nuestros territorios mexicanos fue atribuible a (i) el incremento en el volumen de ventas de *Coca-Cola* y *Coca-Cola Light* en un 2.7% y 11.8%, respectivamente, durante el segundo trimestre de 2002, (ii) el sólido desempeño de Mundet, que representó el 2.6% del volumen total de ventas para el segundo trimestre de 2002, (iii) el crecimiento del 17.6% en volumen de ventas trimestral de *Ciel*, la marca de agua natural de Coca-Cola, respecto al mismo trimestre del año 2001 y (iv) la introducción de *Kin light*, la marca de bebida en polvo de Coca-Cola, que representó el 2.0% del volumen total de ventas para el segundo trimestre de 2002.

Excluyendo el volumen incremental generado por *Kin light* durante el trimestre, el crecimiento de volumen de ventas alcanzado en los territorios mexicanos fue de 4.6% y el precio promedio por caja unidad fue Ps. 32.4.

Utilidad Bruta

La utilidad bruta creció 15.2% para el segundo trimestre de 2002. Como porcentaje a ventas totales, el costo de ventas consolidado disminuyó 2.3 puntos porcentuales durante el segundo trimestre de 2002, como resultado de la mayor absorción de costos fijos generada por el incremento del volumen de ventas y precios por caja unidad más altos.

⁴ Caja unidad es una medida equivalente a una caja de 24 botellas de ocho onzas

Utilidad de Operación

Los gastos de administración para el segundo trimestre de 2002 incrementaron un 12.3% respecto al mismo periodo de 2001, debido principalmente al cambio en la legislación al impuesto sobre nómina adoptado a principios de año. Sin embargo como porcentaje de ventas permanecieron prácticamente sin cambios.

Como porcentaje a ventas, los gastos de ventas para el segundo trimestre de 2002 incrementaron 9.2% comparado con el mismo periodo del año 2001, reflejando principalmente mayores costos variables de comisiones y transportación derivados de un mayor volumen de ventas. Sin embargo como porcentaje de ventas, decrecieron 0.3 puntos porcentuales.

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 20.8% durante el segundo trimestre de 2002. El margen operativo creció de 25.8% en el segundo trimestre de 2001 a 28.2% para el mismo periodo de 2002. El flujo operativo en el segundo trimestre de 2002 alcanzó Ps. 1,409.3 millones (U.S.\$141.7 millones), un incremento de 16.8% respecto al segundo trimestre de 2001.

RESULTADOS DE LA OPERACIÓN EN ARGENTINA

La economía Argentina continúa enfrentándose a un ambiente económico adverso. De acuerdo a información del gobierno, más de 7 millones de personas tienen salarios mensuales menores a A\$600, y la inflación al consumidor y al productor alcanzó las cifras de 31.0% y 95.6%, respectivamente, durante los primeros seis meses del año. Estas circunstancias disminuyeron significativamente el poder adquisitivo de la población Argentina.

A pesar de la fuerte devaluación del peso argentino, y del deterioro en el volumen de ventas debido a la crisis económica del año 2002, nuestras operaciones alcanzaron un flujo operativo positivo de más de A\$10.0 millones además de que hemos seguido ganando participación de mercado continuamente durante los últimos 15 meses.

Ingresos Totales

La difícil circunstancia económica, combinada con nuestros esfuerzos de continuar con la inflación, implementando diversos incrementos de precios durante el trimestre acumulando un incremento del 42.6% (nominal) durante el año, dieron como resultado una disminución del 21.6% en nuestro volumen de ventas.

Taí y Crush, nuestras marcas de protección de valor, han jugado un rol estratégico para ganar participación de mercado a las marcas de precio bajo. En el segundo trimestre de 2002, *Taí y Crush* representaron el 19.9% de nuestra mezcla total de productos comparado con el 20.5% del primer trimestre de 2002. A mediados de mayo de 2002, lanzamos exitosamente, la presentación de *Coca-Cola* 1.25 Lt. vidrio-retornable, representando el 9% del volumen total de ventas durante Junio de 2002 y más del 14% para mediados de Julio de 2002. Esperamos construir una base importante de retornables para tener la flexibilidad operativa de ejecutar estrategias en el mercado

debido al precio accesible del producto retornable. La migración en el consumo de marcas de protección de valor en presentaciones no-retornables hacia nuestras marcas principales en presentaciones retornables incrementará nuestra rentabilidad.

Utilidad Bruta

La utilidad bruta decreció un 47.7% para el segundo 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.

Utilidad de Operación

Los gastos administrativos como porcentaje de las ventas incrementaron 2.0 puntos porcentuales, un crecimiento del 8.3% en términos absolutos para el segundo trimestre de 2002 respecto al mismo periodo del año 2001. Esto se debe al efecto neto de la reducción de personal y la optimización de costos, y a una mayor carga en la depreciación en pesos argentinos de los bienes denominados en moneda extranjera y a los contratos de arrendamiento financiero para equipos de computo denominados en U.S. dólares.

Como porcentaje de las ventas totales, los gastos de venta decrecieron 8.3 puntos porcentuales durante el segundo trimestre de 2002, representando un decrecimiento de 38.5% 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 combinado con ajustes a los salarios, y (iii) una reducción de los gastos de transporte.

Como porcentaje de las ventas totales, la utilidad de operación decreció 10.6 puntos porcentuales, resultando una pérdida de A\$4.0 millones durante el segundo trimestre de 2002. El flujo operativo durante el segundo trimestre de 2002 fue de A\$10.5 millones, 12.5% como porcentaje a ventas, debido a la temporada de otoño/invierno.

“Continuamos ganando participación de mercado en Buenos Aires, adaptando nuestras presentaciones y productos a las necesidades actuales y ocasiones de consumo de nuestros consumidores argentinos. Trabajando juntos con The Coca-Cola Company, estamos desarrollando una importante base de presentaciones retornables para fortalecer la presencia de nuestras principales marcas en el mercado e incrementar nuestra rentabilidad”, declaró Carlos Salazar, Director General de la Compañía.

EFFECTO DE LA DEVALUACIÓN DEL PESO ARGENTINO.

Al día 30 de Junio de 2002, el tipo de cambio era de A\$3.8 pesos por U.S. dólar. Este tipo de cambio implica una devaluación del 26.7% del peso argentino frente al U.S. dólar durante el trimestre, cuando se compara el tipo de cambio actual con el tipo de cambio de A\$3.0 por U.S. dólar que utilizamos al 31 de Marzo de 2002.

Siguiendo los principios de contabilidad mexicanos (Boletín B-15 “Transacciones en Moneda Extranjera y Conversiones de Estados Financieros con Operaciones en el Extranjero”), la pérdida cambiaria acumulada generada por la devaluación del peso

argentino (de A\$1.0 a A\$3.8 por U.S. dólar), totalizó Ps. 1,619.7 millones (U.S.\$162.9 millones) al 30 de Junio de 2002, registrada directamente contra el capital contable. Esta cifra incluye la pérdida de Ps. 162.9 millones (U.S.\$16.4 millones) registrada durante el segundo trimestre de 2002.

Como hemos mencionado en el 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 registrada en pesos argentinos. Es por esto, que el impacto en el capital contable mencionado arriba también incluye la reducción acumulada del crédito mercantil de Ps. 1,175.3 millones (U.S.\$118.2 millones). Esta cifra incluye la reducción de Ps. 132.0 millones (U.S.\$13.3 millones) registrada durante el segundo trimestre de 2002. El balance actual del crédito mercantil es igual a A\$187.8 millones (U.S.\$49.4 millones).

En orden de presentar cifras comparativas para periodos previos y de acuerdo con los principios contables para la reexpresión del Balance General y los Estados de Resultados de nuestras subsidiarias de años pasados (Principios Contables Mexicanos Boletín B-15) bajo estas circunstancias, utilizamos el Índice Nacional de Precios al Consumidor de Argentina y el tipo de cambio del peso Argentino frente al U.S. dólar al cierre del reciente trimestre para convertir la información financiera de años anteriores.

RESUMEN DE LOS SEIS MESES DE RESULTADOS.

Para los seis meses terminados el 30 de Junio de 2002, el volumen de ventas consolidado fue de 297.6 MCU, permaneciendo prácticamente sin cambio comparado con el primer semestre del 2001. A pesar de la caída del 19.4% del volumen de ventas en Buenos Aires, se compensó con el incremento de volumen del 5.0% en nuestros territorios de México durante el primer trimestre del 2002.

El precio promedio por caja unidad consolidado incrementó un 6.5% durante el primer semestre de 2002, comparado con el mismo periodo del 2001. El incremento consolidado es atribuible a los incrementos de precios en ambos territorios, México y Argentina, durante el primer semestre de 2001 sobre el mismo periodo del 2001.

El margen bruto de operación, como porcentaje a ventas totales incremento 1.5 puntos porcentuales de 53.4% en el primer semestre de 2001 a 54.9% en el primer semestre de 2002. Los gastos operativos consolidados incrementaron en un 3.5%, pero decrecieron como porcentaje a ventas totales, de 29.8% en el primer semestre de 2001 a 29.1% durante el mismo periodo del 2002.

La utilidad de operación incrementó 17.8% a Ps. 2,080,4 millones y el flujo operativo fue de Ps. 2,561.3 millones, un incremento del 12.8%, ambos comparados con el primer semestre de 2001. Nuestras operaciones en Argentina representaron el 3.0% del flujo operativo consolidado durante los primeros seis meses del 2002.

La utilidad neta consolidada incrementó un 64.2% de Ps. 927.8 millones en el primer semestre de 2001 a Ps. 1,523.4 millones para el mismo periodo del 2002. Utilidad neta por acción alcanzó Ps. 1.069 (U.S.\$1.075 por ADR).

EVENTOS RECIENTES

- En Marzo de 2002, de acuerdo a nuestro Plan Maestro de optimización de costos, cerramos nuestro centro de distribución de Pilar, uno de nuestros cuatro centros de distribución en Buenos Aires. El centro de distribución Norte consolidará las operaciones que se llevaban a cabo en Pilar. Esperamos tener ahorros permanentes en costos y eficiencias operativas con la consolidación del centro de distribución de Pilar.
- El día 10 de Mayo de 2002 lanzamos la presentación de 1.25 litros vidrio-retornable para la marca *Coca-Cola* en Buenos Aires, con el objeto de dar una alternativa más accesible en precio a los consumidores. Debido al exitoso desempeño de esta presentación, lanzamos Sprite en presentación de 1.25 litros vidrio-retornable el 15 de Julio de 2002.

EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO PARA 2002.

Basados en supuestos actuales acerca del desempeño macroeconómico en México, seguimos esperando un crecimiento en el volumen de ventas de nuestras operaciones Mexicanas de entre un 3%-5% para 2002 y cambiamos nuestro crecimiento estimado en la utilidad de operación de 13%-15% durante el mismo período.

Debido a la difícil situación de la economía, la Compañía todavía 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 implantadas para resistir la situación actual en Argentina:

- Fortalecer nuestro portafolio de marcas protegiendo nuestras principales marcas, enfocándonos a presentaciones más accesibles y reforzando nuestra estrategia frente a las marcas de precio.
- Explorar nuevas ocasiones de consumo y desarrollar canales de distribución tradicionales.
- Implementar iniciativas para reducir costos y expandir a logística, fleteo y ajustes en curso en las eficiencias de distribución.
- Mantener actualizados los términos comerciales con clientes y proveedores para proteger el capital de trabajo.

INFORMACIÓN PARA LA CONFERENCIA TELEFÓNICA

La Conferencia telefónica del segundo trimestre del 2002 tendrá lugar el jueves 25 de julio 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: 888-482-0024. Internacional: 617-801-9702.

Si usted no puede participar en la Conferencia en tiempo real, una repetición instantánea de la misma estará disponible hasta el 1 de Agosto de 2002. Para escuchar las

repetición, por favor marcar: U.S. locales: 888-286-8010. Internacional: 617-801-6888.
Contraseña: 52833.



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 30 de Junio 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 30 de Junio de 2002, de Ps. 2.617 por A\$1.00 peso argentino. Además, todas las comparaciones para el segundo trimestre de 2002, terminado el 30 de junio de 2002, contenidas en este reporte han sido hechas contra cifras del periodo comparable, el segundo 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 4 páginas de tablas)

Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. y Subsidiarias
Balance Consolidado
Al 31 de diciembre de 2001 y 30 de junio de 2002
Millones de Pesos (Ps.)
Expresado en Pesos de Poder Adquisitivo al 30 de junio de 2002

ACTIVO	2002	2001
Activo Circulante		
Efectivo y Valores de Realiz. Inm.	Ps. 4,582	Ps. 4,383
Cuentas por cobrar:		
Clientes	383	557
Documentos	7	20
Impuestos por recuperar	38	2
Otros	302	316
	<u>730</u>	<u>895</u>
Inventarios	846	546
Pagos Anticipados	57	24
Total activo circulante	6,215	5,848
Propiedad, planta y equipo		
Terrenos	739	721
Edificios, maquinaria y equipo	8,097	7,574
Depreciación acumulada	(2,902)	(2,466)
Inversiones en proceso	368	294
Botellas y cajas	284	205
Total propiedad, planta y equipo	6,586	6,328
Inversión en acciones	106	112
Cargos diferidos, neto	536	498
Crédito mercantil, neto	598	836
TOTAL ACTIVO	Ps. 14,041	Ps. 13,622

PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	2002	2001
Pasivo Circulante		
Deuda a corto plazo, documentos e intereses	Ps. 105	Ps. 77
Proveedores	1,054	1,428
Cuentas por pagar y otros	528	434
Impuestos por pagar	143	379
Pasivo Circulante	1,830	2,318
Prestamos bancarios a largo plazo	3,018	2,864
Plan de pensiones, prima de antigüedad y otros	170	167
Otros pasivos	1,268	977
Total pasivo	6,286	6,326
Capital Contable		
Interés minoritario	-	-
Interés mayoritario:		
Capital social	2,301	2,301
Prima en suscripción de acciones	1,619	1,619
Utilidades retenidas	6,169	4,624
Utilidad neta del periodo	1,524	2,112
Resultado acumulado por tenencia de activos no monetarios	(3,858)	(3,360)
Total interés mayoritario	7,755	7,296
Total capital contable	7,755	7,296
TOTAL PASIVO Y CAPITAL	Ps. 14,041	Ps. 13,622

Inflación Mexicana diciembre 2001 - junio 2002	2.63%
Inflación Argentina diciembre 2001 - junio 2002	30.98%
Peso mexicano/ Dólar al 30 de junio de 2002	9.943
Peso argentino / U.S. Dolar al 30 de junio de 2002	3.800

Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. y Subsidiarias
ESTADO DE RESULTADOS
Por los tres meses terminados el 30 de junio de 2002 y 2001
Expresado en Pesos de Poder Adquisitivo al 30 de junio de 2002

	Consolidado			Operaciones en México			Operaciones en Buenos Aires		
	(Millones de Pesos Mexicanos) (1)			(Millones de Pesos Mexicanos) (1)			(Millones de Pesos Argentinos) (1)		
	2002	2001	% VAR	2002	2001	% VAR	2002	2001	% VAR
Volumen (millones de c.u.)	157.1	155.0	1.3	133.8	125.3	6.7	23.3	29.7	(21.6)
Precio promedio	28.35	26.45	7.2	31.71	30.60	3.6	3.50	3.41	2.6
Ventas netas	4,454.4	4,100.0	8.6	4,241.7	3,835.2	10.6	81.3	101.2	(19.7)
Otros ingresos de operación	20.0	22.8	(12.3)	12.0	14.1	(14.9)	3.0	3.3	(9.1)
Ingresos totales	4,474.4	4,122.8	8.5	4,253.7	3,849.3	10.5	84.3	104.5	(19.3)
Costo de ventas	2,010.1	1,912.2	5.1	1,857.7	1,769.4	5.0	58.2	54.6	6.6
Utilidad bruta	2,464.3	2,210.6	11.5	2,396.0	2,079.9	15.2	26.1	49.9	(47.7)
Gastos de administración	335.4	298.7	12.3	318.5	283.1	12.5	6.5	6.0	8.3
Gastos de venta	935.5	898.4	4.1	876.6	802.4	9.2	22.5	36.6	(38.5)
Gastos de operación	1,270.9	1,197.1	6.2	1,195.1	1,085.5	10.1	29.0	42.6	(31.9)
Amort. del crédito mercantil	12.0	23.6	(49.2)	1.9	1.9	-	1.1	1.1	-
Utilidad de operación	1,181.4	989.9	19.3	1,199.0	992.5	20.8	(4.0)	6.2	(164.5)
Gastos financieros	82.2	78.8	4.3						
Productos financieros	53.5	64.8	(17.4)						
Gastos financieros, neto	28.7	13.9	106.5						
Pérdida (ganancia) cambiaria	(55.6)	46.1	(220.6)						
Pérd. (Gan.) por posición monet.	(264.8)	(24.3)	989.7						
Costo integral de financ.	(291.7)	35.7	(917.1)						
Otros (prod.) gastos. neto	42.9	(5.5)	(880.0)						
Utilidad antes de impuestos	1,430.2	959.7	49.0						
Impuestos	613.8	412.8	48.7						
Utilidad neta consolidada	816.4	546.9	49.3						
Utilidad mayoritaria	816.4	546.9	49.3						
Flujo operativo (2)	1,436.7	1,246.5	15.3	1,409.3	1,207.0	16.8	10.5	15.1	(30.5)

(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 2002 - junio 2002	1.24%
Inflación Argentina marzo 2002 - junio 2002	18.27%
Peso Argentino / U.S. dólar al 30 de junio de 2002	9.943
Peso mexicano / U.S. dolar al 30 de junio de 2002	2.617

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

ESTADO DE RESULTADOS

Por los seis meses terminados el 30 de junio de 2002 y 2001

Expresado en Pesos de Poder Adquisitivo al 30 de junio de 2002

	Consolidado			Operaciones en México			Operaciones en Buenos Aires		
	(Millones de Pesos Mexicanos) (1)			(Millones de Pesos Mexicanos) (1)			(Millones de Pesos Argentinos) (1)		
	2002	2001	% VAR	2002	2001	% VAR	2002	2001	% VAR
Volumen(millones de c.u.)	297.6	298.7	(0.4)	245.0	233.4	5.0	52.6	65.3	(19.4)
Precio promedio	27.66	25.97	6.5	31.60	30.68	3.0	3.58	3.47	3.2
Ventas netas	8,233.8	7,755.5	6.2	7,741.3	7,161.8	8.1	188.3	226.9	(17.0)
Otros ingresos de operación	52.1	54.8	(4.9)	31.0	33.2	(6.6)	8.0	8.3	(3.6)
Ingresos totales	8,285.9	7,810.3	6.1	7,772.3	7,195.0	8.0	196.3	235.2	(16.5)
Costo de ventas	3,767.6	3,665.5	2.8	3,430.4	3,330.9	3.0	128.9	127.9	0.8
Utilidad bruta	4,518.3	4,144.8	9.0	4,341.9	3,864.1	12.4	67.4	107.3	(37.2)
Gastos de administración	644.0	595.8	8.1	608.6	563.6	8.0	13.5	12.3	9.8
Gastos de venta	1,768.8	1,735.1	1.9	1,638.5	1,543.7	6.1	49.8	73.1	(31.9)
Gastos de operación	2,412.8	2,330.9	3.5	2,247.1	2,107.3	6.6	63.3	85.4	(25.9)
Amort. del crédito mercantil	25.1	48.3	(48.0)	3.8	3.8	-	2.2	2.2	-
Utilidad de operación	2,080.4	1,765.6	17.8	2,091.0	1,753.0	19.3	1.9	19.7	(90.4)
Gastos financieros	153.1	161.9	(5.4)						
Productos financieros	115.3	135.9	(15.2)						
Gastos financieros, neto	37.8	26.0	45.4						
Pérdida (ganancia) cambiaria	(140.4)	74.1	(289.5)						
Pérd.(Gan). por posición monet.	(437.1)	(13.1)	3,236.6						
Costo integral de financ.	(539.7)	87.0	(720.3)						
Otros (prod.), gastos, neto	46.7	(19.4)	(341.0)						
Cierre de planta Churubusco	-	-	-						
Utilidad antes de impuestos	2,573.4	1,698.0	51.6						
Impuestos	1,050.0	742.2	41.5						
Cambio en política contable (2)	-	(28.2)	NA						
Utilidad neta consolidada	1,523.4	927.8	64.2						
Utilidad mayoritaria	1,523.4	927.8	64.2						
Flujo operativo (3)	2,561.3	2,271.2	12.8	2,484.7	2,172.7	14.4	29.3	37.6	(22.1)

(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 del Primer Trimestre de 2001

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

Inflación Mexicana junio 2001 - junio 2002	4.94%
Inflación Argentina junio 2001 - junio 2002	28.12%
Peso Argentino / U.S. dólar al 30 de junio de 2002	3.800
Peso mexicano / U.S. dolar al 30 de junio de 2002	9.943

Información relevante

Por los seis meses terminados el 30 de junio de 2002

Expresado en pesos del 30 de junio de 2002

	2002
Depreciación (1)	288.0
Otros virtuales	192.9
Inversión en Activos Fijos (2)	496.0

(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	245.0	233.4
Valle de México	183.9	173.8
Sureste	61.1	59.6
Buenos Aires	52.6	65.3
Total	297.6	298.7

Mezcla por Producto

(Colas / Sabores / Agua)

Como porcentaje del volumen total

	2002	2001
México	73/23/4	75/21/4
Valle de México	73/23/4	76/20/4
Sureste	72/22/6	73/21/6
Buenos Aires	65/34/1	70/29/1
Total	71/25/4	74/23/3

Mezcla por Presentación

(Retornable / No Retornable)

Como porcentaje del volumen total

	2002	2001
México	37/63	42/58
Valle de México	35/65	41/59
Sureste	44/56	46/54
Buenos Aires	5/95	7/93
Total	32/68	34/66

Información relevante

Por los tres meses terminados el 30 de junio de 2002

Expresado en pesos del 30 de junio de 2002

	2002
Depreciación (1)	148.8
Otros virtuales	106.6
Inversión en Activos Fijos (2)	223.0

(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

	2002	2001
México	133.8	125.3
Valle de México	100.0	92.4
Sureste	33.8	32.9
Buenos Aires	23.3	29.7
Total	157.1	155.0

Mezcla por Producto

(Colas / Sabores / Agua)

Como porcentaje del volumen total

	2002	2001
México	72/23/5	74/21/5
Valle de México	72/24/4	75/21/4
Sureste	71/22/7	72/21/7
Buenos Aires	67/32/1	71/28/1
Total	71/25/4	74/22/4

Mezcla por Presentación

(Retornable / No Retornable)

Como porcentaje del volumen total

	2002	2001
México	37/63	41/59
Valle de México	34/66	39/61
Sureste	43/57	44/56
Buenos Aires	7/93	6/94
Total	32/68	34/66