

FEMSA Reporta Fuertes Ventas en 3T06 Creciendo Conforme a lo Planeado para el 2006

Monterrey, México, 27 de octubre del 2006 — Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V. ("FEMSA") anuncia hoy sus resultados operativos y financieros para el tercer trimestre del 2006 y los primeros nueve meses terminados el 30 de septiembre del 2006.

Datos Sobresalientes del Tercer Trimestre 2006

FEMSA

- **Los ingresos totales aumentaron 13.9%, llegando a 32,152 millones de pesos.** Sin embargo continúa el alto precio en las materias primas, lo cual provoca una contracción en el margen bruto.
- **La utilidad neta mayoritaria se incrementó 11.3%, llegando a 1,929 millones de pesos.**
- **Nuevo marco de cooperación con The Coca-Cola Company** para impulsar el crecimiento sostenido de bebidas carbonatadas y no-carbonatadas, la expansión horizontal de Coca-Cola FEMSA, y brindar una perspectiva de largo plazo a los términos económicos de la relación.
- **Aumentaremos nuestra participación en Coca-Cola FEMSA** con la compra de un paquete accionario representando el 8% de la empresa, propiedad de The Coca-Cola Company. La transacción asciende a 427.4 millones de dólares y se llevará a cabo el 3 de noviembre del 2006.

Unidades de Negocio

- **FEMSA Cerveza (sin incluir a Kaiser) incrementó 8.1% sus ingresos.** El volumen de ventas nacional creció 4.2% y el de exportación 16.7%.
- **Coca-Cola FEMSA aumentó 8.6% sus ingresos totales, gracias a los resultados favorables en todos sus territorios.** La presión de precios en el Valle de México se redujo en relación al trimestre anterior.
- **Oxxo incrementó 18.5% sus ingresos totales, impulsados por 116 nuevas tiendas netas y un crecimiento de 6.0% en las ventas-mismas-tiendas.** Oxxo cuenta ahora con 4,482 tiendas en México.

"Continuamos con nuestra tendencia de crecimiento y una vez más hemos obtenido resultados sólidos en todas nuestras unidades de negocio. En FEMSA siempre hemos impulsado la innovación y hoy, estamos desarrollando diferentes formas de satisfacer las demandas de nuestra creciente base de consumidores. Estamos muy motivados por estos resultados, y continuaremos ejecutando la estrategia de largo plazo que hemos trazado para nuestra empresa".

"Es importante resaltar que hemos fortalecido nuestra relación con The Coca-Cola Company al establecer conjuntamente un nuevo marco de cooperación. Estamos seguros que juntos podremos generar mayor valor y aprovechar mejor todo el potencial de crecimiento y rentabilidad que se nos presenta".

"Seguiremos buscando oportunidades de crecimiento para Coca-Cola FEMSA, porque estamos convencidos que hemos desarrollado ventajas competitivas y un esquema de negocio distintivo, que nos permitirá lograr excelentes resultados en otros territorios", comentó José Antonio Fernández Carbajal, presidente y director general de FEMSA.

Contacto para Inversionistas:

(52) 818-328-6167
investor@femsa.com.mx

Contacto para Medios:

(52) 818-328-6046
comunicacion@femsa.com



FEMSA Consolidado

Los **ingresos totales** se incrementaron 13.9% llegando a 32,152 millones de pesos en el 3T06. Este crecimiento fue resultado del aumento en ingresos en todas nuestras unidades de negocio: 18.5% en Oxxo, 8.1% en FEMSA Cerveza y 8.6% en Coca-Cola FEMSA.

Para los primeros nueve meses del 2006, los ingresos totales de FEMSA se incrementaron 14.0% llegando a 92,532 millones de pesos.

La **utilidad bruta** se incrementó 11.5% llegando a 14,630 millones de pesos en el 3T06, registrando una disminución de 100 puntos base en el margen bruto, a 45.5% de los ingresos totales. Esta contracción del margen se debió en gran medida a la presión en los precios de las materias primas para FEMSA Cerveza y Coca-Cola FEMSA, la inclusión de Kaiser y la mayor contribución de Oxxo, dado que ambas operaciones tienen un menor margen que el resto de los negocios de bebidas.

Para los primeros nueve meses del 2006, la utilidad bruta se incrementó 12.4% llegando a 42,489 millones de pesos. El margen bruto disminuyó 70 puntos base a 45.9% de los ingresos totales, en comparación al mismo período del 2005, debido principalmente a la mayor contribución de Oxxo y la inclusión de las operaciones de Kaiser, que tienen menores márgenes.

La **utilidad de operación** se incrementó 3.0% llegando a 4,453 millones de pesos en el 3T06, registrando una contracción de 150 puntos base en el margen de operación, a 13.8% de los ingresos. Esta reducción se atribuye principalmente a una contracción del margen en nuestras operaciones de bebidas, a la mayor contribución de Oxxo y a la inclusión de Kaiser en nuestros resultados consolidados.

Para los primeros nueve meses del 2006, la utilidad de operación se incrementó 8.1% llegando a 12,689 millones de pesos. El margen de operación consolidado disminuyó 80 puntos base en comparación con el mismo período del 2005, alcanzando 13.7% de los ingresos totales.

La **utilidad neta** se incrementó 17.3% llegando a 2,778 millones de pesos en el 3T06. Este resultado fue impulsado por una disminución en el gasto financiero neto y una mayor ganancia por posición monetaria, generada por el impacto inflacionario en nuestra deuda neta, y a una ganancia por fluctuación cambiaria causada por la apreciación del peso mexicano contra el dólar estadounidense aplicada a nuestra deuda en dólares. La tasa efectiva de impuestos para el trimestre fue de 33.5%, en línea con el mismo período del 2005.

Para los primeros nueve meses del 2006, la utilidad neta se incrementó 14.8% llegando a 6,697 millones de pesos, como resultado del fuerte crecimiento en utilidad de operación, combinado con una disminución en el gasto financiero neto, mayor ganancia por posición monetaria y una reducción en la tasa efectiva de impuestos.

La **utilidad neta mayoritaria** por Unidad¹ FEMSA fue de 1.617 pesos en el 3T06. La utilidad neta mayoritaria por cada ADS de FEMSA, usando un tipo de cambio de 11.0152 pesos por dólar, fue de 1.468 dólares en el trimestre.

La **inversión en activo fijo** aumentó 29.3% a 2,163 millones de pesos en el 3T06, reflejando la creciente inversión de nuestros tres principales negocios, que se mantiene en línea con nuestro presupuesto.

¹ Las Unidades de FEMSA consisten en Unidades FEMSA BD y Unidades FEMSA B. Cada Unidad FEMSA BD está compuesta por una Acción Serie B, dos Acciones Serie D-B y dos Acciones Serie D-L. Cada Unidad FEMSA B está compuesta por cinco Acciones Serie B. El número de Unidades FEMSA en circulación al 30 de septiembre del 2006 fue 1,192,742,090, equivalente al número total de acciones en circulación a la misma fecha, dividido entre 5.

Deuda neta consolidada. Al 30 de septiembre del 2006, FEMSA registró un saldo de efectivo de 10,821 millones de pesos (982 millones de dólares), deuda a corto plazo de 11,067 millones de pesos (1,005 millones de dólares) y deuda a largo plazo de 27,446 millones de pesos (2,492 millones de dólares), lo que arroja un saldo de deuda neta de 27,692 millones de pesos (2,514 millones de dólares).

Refrescos – Coca-Cola FEMSA

Los resultados financieros de Coca-Cola FEMSA y la discusión de éstos se incorporan por referencia en el reporte trimestral de Coca-Cola FEMSA, el cual forma parte de los anexos de este comunicado.

Cerveza – FEMSA Cerveza

Los resultados de FEMSA Cerveza que presentamos a continuación, no incluyen a nuestra subsidiaria Cervejarias Kaiser, adquirida en enero del 2006. Sus resultados se muestran por separado posteriormente.

El **volumen de ventas nacional** aumentó 4.2% a 6.651 millones de hectolitros en el 3T06, habiendo crecido 5.5% en el mismo período del 2005. Esto refleja una continua tendencia favorable del consumo y otro trimestre de fuerte crecimiento para nuestras marcas *Tecate Light*, *Sol* e *Indio*, cuyos indicadores de salud de marca siguen aumentando de manera sensible.

Para los primeros nueve meses del 2006, el volumen de ventas nacional de FEMSA Cerveza se incrementó 5.2% a 19.188 millones de hectolitros, habiendo crecido 4.5% en el mismo período del 2005.

De igual forma el **volumen de ventas de exportación** aumentó 16.7% a 0.843 millones de hectolitros en el 3T06, habiendo crecido 18.7% en el mismo período del 2005, lo que refleja una tendencia de crecimiento de doble dígito en nuestras exportaciones a Estados Unidos y otros mercados clave.

Durante los primeros nueve meses del año el volumen de ventas de exportación ha crecido 15.9% llegando a 2.249 millones de hectolitros, habiendo crecido 8.5% en el mismo periodo del 2005, y estamos en una excelente posición para lograr las metas programadas para el 2006.

Los **ingresos totales** se incrementaron 8.1% llegando a 8,082 millones de pesos en el 3T06, como resultado principalmente de un aumento de 8.4% en las ventas de cerveza. A este crecimiento contribuyeron positivamente tanto el volumen de ventas total como el precio nacional por hectolitro, los cuales se incrementaron 5.5% y 3.3%, respectivamente. La fortaleza del precio doméstico fue impulsado por 1) un mayor precio obtenido por el volumen que se convirtió a distribución directa durante el segundo trimestre de este año, 2) las iniciativas de administración de ingresos para optimizar los precios por presentación y canal, al mismo tiempo que ajustamos selectivamente el margen ofrecido a los detallistas y 3) un cambio de mezcla por geografía y presentación.

Por otro lado, el precio por hectolitro de exportación disminuyó 2.3% en el 3T06, debido a la apreciación en términos reales del peso mexicano contra el dólar estadounidense año contra año y, en menor medida, a cambios en mezcla de presentación y canal al seguir creciendo la lata de *Tecate* 24oz. en el canal de autoservicio.

Para los primeros nueve meses del 2006, los ingresos totales se incrementaron 9.5% llegando a 23,208 millones de pesos, impulsados por un aumento de 9.6% en las ventas de cerveza. El volumen de ventas de exportación representó 10.5% del volumen de ventas total de cerveza, comparado con 9.6% en el 2005.

El **costo de ventas** aumentó 10.7% a 3,269 millones de pesos en el 3T06, por encima del crecimiento en los ingresos totales. Esto se debió a los mayores precios de materias primas, principalmente aluminio, que sobrepasaron los ahorros generados por la absorción de costos fijos por volumen y las eficiencias de operación, impactando nuestro margen bruto. Como consecuencia, la utilidad bruta se incrementó 6.5% llegando a 4,813 millones de pesos en el 3T06 y el margen bruto se contrajo 90 puntos base, alcanzando 59.6% de los ingresos totales.

Para los primeros nueve meses del 2006, el costo de ventas aumentó 7.4% a 9,185 millones de pesos. El margen bruto se expandió en 80 puntos base, alcanzando 60.4% de los ingresos totales.

La **utilidad de operación** se disminuyó 3.7% a 1,659 millones de pesos en el 3T06. Mientras que los gastos administrativos se contuvieron relativamente, aumentando 6.0% a 951 millones de pesos, los gastos de venta crecieron 15.9%, reflejando 1) una mayor estructura de gastos en el volumen de terceros que se convirtió en distribución directa, 2) la mayor calendarización de gastos de mercadotecnia hacia el tercer trimestre, 3) el fortalecimiento de la estructura de ventas llevado a cabo durante la primera mitad del 2006 y 4) el incremento en servicios que proveemos a los detallistas, a quienes ajustamos sus márgenes. Por lo tanto, los gastos de operación aumentaron 12.7% a 3,154 millones de pesos, alcanzando 39.1% de los ingresos totales en el 3T06, y el margen de operación se contrajo 250 puntos base, alcanzando 20.5% de los ingresos totales.

Para los primeros nueve meses del 2006, la utilidad de operación se incrementó 9.6% llegando a 4,647 millones de pesos, alcanzando 20.0% de los ingresos totales, permaneciendo exactamente en línea con el mismo período del 2005.

Estamos en el camino correcto para alcanzar nuestra meta de mantener estables los márgenes de operación durante todo el 2006. Nuestro plan de negocios está enfocado en fortalecer el volumen y aumentar las ventas, con márgenes de operación estables. Continuaremos reinvertiendo los recursos necesarios para seguir desarrollando nuestro esquema de negocio a través del fortalecimiento de nuestras marcas y red de distribución.

Kaiser

El 13 de enero del 2006, adquirimos el control de Cervejarias Kaiser en Brasil. La información en este comunicado de prensa es para el tercer trimestre del 2006 y los primeros nueve meses terminados el 30 de septiembre del 2006 de Kaiser como parte de FEMSA Cerveza.

En el 3T06, los ingresos totales de Kaiser alcanzaron 954 millones de pesos, con un volumen de ventas de 2.056 millones de hectolitros. El costo de ventas ascendió a 631 millones de pesos, resultando en un margen bruto de 33.9% de los ingresos totales. Los gastos de operación alcanzaron 295 millones de pesos, representando 31.0% de los ingresos totales, con gastos de administración de 53 millones de pesos y gastos de ventas de 242 millones de pesos. Se registró una utilidad de operación de 28 millones de pesos para el trimestre.

Durante el tercer trimestre, acordamos con las autoridades brasileñas de hacienda Federales y del Estado de Sao Paulo, para saldar una porción importante de contingencias fiscales de Kaiser bajo los atractivos términos económicos de sus programas de amnistía fiscal. La compañía pagó aproximadamente 200 millones de dólares, con lo que se eliminaron del balance general de Kaiser prácticamente todas las contingencias fiscales por las cuales FEMSA Cerveza no contaba con indemnidad. Esto representa un importante paso para nosotros y es una prueba más del total compromiso que tiene FEMSA en Brasil.

Continuamos progresando en la estabilización de las operaciones de Kaiser. Con base en nuestros análisis, gradualmente estamos ajustando el posicionamiento y los roles de nuestras marcas dentro del portafolio y hemos llevado a cabo diversas iniciativas anticipándonos a la temporada de verano en Brasil, incluyendo la nueva versión de nuestra marca *Sol* que está diseñada de acuerdo a los gustos y preferencias del consumidor brasileño. También estamos reposicionando la marca *Kaiser* con un enfoque regional. Hasta el momento las reacciones del mercado a nuestras iniciativas son alentadoras. El plan para reconvertir y hacer rentable a Kaiser va conforme a lo planeado para el 2006.

Tiendas Oxxo – FEMSA Comercio

Los **ingresos totales** se incrementaron 18.5% llegando a 9,206 millones de pesos en el 3T06. Este aumento fue resultado principalmente de la apertura neta de 116 nuevas tiendas Oxxo en el trimestre y de un total de 698 nuevas tiendas Oxxo en los últimos doce meses, para llegar a un total de 4,482 tiendas Oxxo en todo el país.

Para los primeros nueve meses del 2006, los ingresos totales se incrementaron 20.0% llegando a 25,943 millones de pesos.

Las ventas-mismas-tiendas de Oxxo se incrementaron un promedio de 6.0% en el 3T06, impulsadas por los incrementos de 3.9% en el tráfico por tienda y de 2.1% en el ticket promedio por tienda. Esto refleja nuevamente la fuerte y efectiva actividad promocional, así como las mejores prácticas de manejo de categorías de productos, que están permitiendo que Oxxo atraiga mayor tráfico a la tienda, al mismo tiempo que logra un ligero aumento en el ticket promedio por transacción.

Para los primeros nueve meses del 2006, las ventas-mismas-tiendas de Oxxo se incrementaron en un promedio de 7.6%, impulsadas por el aumento de 5.5% en el tráfico por tienda y de 2.1% en el ticket promedio por tienda.

El **costo de ventas** aumentó 16.9% a 6,733 millones de pesos en el 3T06, registrando una expansión de 100 puntos base en el margen bruto, a 26.9% de los ingresos totales. Esta mejora fue resultado de mejores términos de compra y de los esfuerzos coordinados con nuestros proveedores para ofrecer a nuestros clientes las mejores promociones y los mejores productos.

La **utilidad de operación** se incrementó 38.2% llegando a 391 millones de pesos en el 3T06. A pesar de la continua inversión en la infraestructura de Oxxo, se logró una expansión de 60 puntos base en el margen de operación, alcanzando 4.2% de los ingresos totales en el 3T06. Esta mejora en el margen bruto se vio parcialmente afectada por el aumento en los gastos de venta, sobre todo por incrementos en el costo de energía eléctrica.

Para los primeros nueve meses del 2006, la utilidad de operación se incrementó 23.8% llegando a 958 millones de pesos, resultando en una mejora de 10 puntos base en el margen de operación, alcanzando 3.7% de los ingresos totales en comparación con el mismo período del 2005.

Eventos Recientes

FEMSA adquirirá acciones de Coca-Cola FEMSA, de The Coca-Cola Company

Con base en un acuerdo entre FEMSA y The Coca-Cola Company (TCCC), logrado en torno a la adquisición de Panamco en el 2003, FEMSA adquirirá de TCCC 147,981,161 acciones "D" de KOF, que representan el 8.01% del capital de la compañía, a un precio de 2.888 dólares por acción, arrojando un monto total de 427.4 millones de dólares. La transacción se llevará a cabo el 3 de noviembre del 2006. Posterior a ésta, la tenencia accionaria de KOF será 53.73%, para FEMSA, 31.60% para TCCC y el 14.67% restante seguirá en manos del público. Esta adquisición refleja la convicción y perspectivas de crecimiento y rentabilidad que FEMSA tiene en el embotellador líder en Latinoamérica.

FEMSA Cerveza

FEMSA Cerveza desarrolló y lanzó *Soul Citric*, su primera Bebida Alcohólica con Sabor (FAB por su siglas en inglés), aprovechando los activos y capacidades de operación y mercadotecnia de la compañía. *Soul Citric* es una bebida a base de malta y con extractos cítricos naturales, dirigida a adultos jóvenes y que se está distribuyendo a través de Oxxo a nivel nacional y en bares y restaurantes.

INFORMACIÓN PARA LA CONFERENCIA TELEFÓNICA:

La conferencia telefónica del Tercer Trimestre y los Primeros Nueve Meses del 2006 se llevará a cabo el lunes 30 de octubre del 2006 a las 8:00 A.M. Tiempo de México (9:00 A.M. Tiempo de Nueva York). Para participar en la conferencia, por favor marque: (913) 981-5592. Adicionalmente, se transmitirá audio conferencia en vivo por Internet, para tener acceso a esta transmisión visite www.femsa.com/inversionista. En caso de no poder participar en las opciones anteriores, la grabación de la conferencia estará disponible hasta el 5 de noviembre del 2006. Para escuchar la grabación marque: (719) 457-0820, Clave: 4885114.

Se presentó cierta información financiera no auditada de FEMSA para el tercer trimestre y primeros nueve meses del 2006 comparada con el tercer trimestre y primeros nueve meses del 2005. Somos una empresa tenedora, cuyas principales actividades están agrupadas bajo las siguientes compañías subtenedoras y llevadas a cabo por sus respectivas subsidiarias operativas: Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. ("Coca-Cola FEMSA"), la cual se dedica a la producción, distribución y venta de bebidas sin alcohol; FEMSA Cerveza, S.A. de C.V. ("FEMSA Cerveza"), la cual se dedica a la producción, distribución, y venta de cerveza y bebidas alcohólicas con sabor; y FEMSA Comercio, S.A. de C.V. ("FEMSA Comercio"), la cual opera tiendas de conveniencia.

Todas las cifras en este reporte fueron preparadas de acuerdo con las Normas de Información Financiera para México ("NIF Mexicanos"), consecuentemente están expresadas en pesos mexicanos constantes ("Pesos" o "Ps.") con poder adquisitivo al 30 de septiembre del 2006. Por lo tanto, todos los cambios porcentuales están expresados en términos reales.

La conversión de pesos mexicanos a dólares americanos se incluye sólo para conveniencia del lector, usando el tipo de cambio aplicable al cierre del trimestre de 11.0152 pesos por dólar.

DECLARACIONES SOBRE EXPECTATIVAS

Este reporte puede contener ciertas declaraciones sobre expectativas con respecto al futuro desempeño de FEMSA y deben ser consideradas como estimaciones de buena fe hechas por la Compañía. Estas declaraciones sobre expectativas, reflejan opiniones de la administración basadas en información actualmente disponible. Los resultados reales están sujetos a eventos futuros e inciertos, los cuales podrían tener un impacto material sobre el desempeño real de la Compañía.

Como anexos presentamos siete páginas de tablas y Comunicado de Prensa de Coca-Cola FEMSA

FEMSA
Estado de Resultados Consolidado
Millones de pesos

	Por el tercer trimestre de:					Por los nueve meses de:				
	2006	% Integral	2005	% Integral	% Crecimiento	2006	% Integral	2005	% Integral	% Crecimiento
Ventas netas	32,070	99.7	28,105	99.6	14.1	92,229	99.7	80,773	99.5	14.2
Otros ingresos de operación	82	0.3	126	0.4	(34.9)	303	0.3	411	0.5	(26.3)
Ingresos Totales	32,152	100.0	28,231	100.0	13.9	92,532	100.0	81,184	100.0	14.0
Costo de ventas	17,522	54.5	15,105	53.5	16.0	50,043	54.1	43,367	53.4	15.4
Utilidad bruta	14,630	45.5	13,126	46.5	11.5	42,489	45.9	37,817	46.6	12.4
Gastos de administración	2,072	6.4	1,766	6.3	17.3	6,061	6.6	5,312	6.5	14.1
Gastos de venta	8,105	25.3	7,035	24.9	15.2	23,739	25.6	20,765	25.6	14.3
Gastos de operación	10,177	31.7	8,801	31.2	15.6	29,800	32.2	26,077	32.1	14.3
Utilidad de operación	4,453	13.8	4,325	15.3	3.0	12,689	13.7	11,740	14.5	8.1
Gasto financiero	(1,009)		(1,155)		(12.6)	(3,040)		(3,366)		(9.7)
Producto financiero	194		186		4.3	543		485		12.0
Gasto financiero, neto	(815)		(969)		(15.9)	(2,497)		(2,881)		(13.3)
Fluctuación cambiaria	264		74		N.S.	(116)		213		N.S.
Ganancia por posición monetaria	587		342		71.6	805		648		24.2
Valuación de mercado de instrumentos financieros de no cobertura	80		(92)		N.S.	(44)		(54)		(18.5)
Costo integral de financiamiento	116		(645)		N.S.	(1,852)		(2,074)		(10.7)
Otros (gastos) productos	(392)		(118)		N.S.	(746)		(372)		N.S.
Utilidad antes de impuestos	4,177		3,562		17.3	10,091		9,294		8.6
Impuestos	(1,399)		(1,192)		17.4	(3,394)		(3,460)		(1.9)
Utilidad neta consolidada	2,778		2,370		17.3	6,697		5,834		14.8
Utilidad mayoritaria	1,929		1,733		11.3	4,905		4,036		21.5
Utilidad minoritaria	849		637		33.3	1,792		1,798		(0.3)

EBITDA y CAPEX

	2006	% Integral	2005	% Integral	% Crecimiento	2006	% Integral	2005	% Integral	% Crecimiento
Utilidad de operación	4,453	13.8	4,325	15.3	3.0	12,689	13.7	11,740	14.5	8.1
Depreciación	1,073	3.3	986	3.5	8.8	3,076	3.3	2,755	3.4	11.7
Amortización y otros	881	2.8	806	2.9	9.3	2,752	3.0	2,582	3.1	6.6
EBITDA	6,407	19.9	6,117	21.7	4.7	18,517	20.0	17,077	21.0	8.4
Inversión en activo fijo	2,163		1,673		29.3	5,510		4,305		28.0

RAZONES FINANCIERAS

	2006	2005	Var. p.p.
Liquidez ⁽¹⁾	0.92	1.38	(0.47)
Cobertura de intereses ⁽²⁾	7.42	5.93	1.49
Apalancamiento ⁽³⁾	0.88	0.91	(0.03)
Capitalización ⁽⁴⁾	33.88%	35.85%	(1.97)

⁽¹⁾ Total activo circulante / total pasivo circulante.

⁽²⁾ Ut operación + depreciación + amortización y otros / gastos financieros, neto.

⁽³⁾ Total pasivos / total capital contable.

⁽⁴⁾ Deuda total / préstamos bancarios L.P. + capital contable

Deuda total = préstamos bancarios C.P. + vencimientos del pasivo L.P. a C.P. + préstamos bancarios L.P.

FEMSA
Balance General Consolidado
Al 30 de septiembre del:
(Millones de Pesos constantes del 30 de septiembre del 2006)

ACTIVOS	2006	2005	% Crecimiento
Efectivo y valores de realiz. inmediata	10,821	8,963	20.7
Cuentas por cobrar	5,805	5,045	15.1
Inventarios	7,133	6,272	13.7
Pagos anticipados y otros	2,216	1,797	23.3
Total activo circulante	25,975	22,077	17.7
Propiedad, planta y equipo, neto	50,513	48,169	4.9
Activos intangibles ⁽¹⁾	54,054	48,955	10.4
Cargos diferidos	7,084	6,375	11.1
Otros activos	3,873	4,265	(9.2)
TOTAL ACTIVOS	141,499	129,841	9.0
PASIVOS Y CAPITAL CONTABLE			
Préstamos bancarios C.P.	5,031	1,177	N.S.
Vencimientos del pasivo L.P. a C.P.	6,036	651	N.S.
Intereses por pagar	460	489	(5.9)
Pasivo de operación	16,773	13,636	23.0
Total pasivo circulante	28,300	15,953	77.4
Préstamos bancarios	27,446	36,072	(23.9)
Impuestos diferidos	3,419	3,646	(6.2)
Obligaciones laborales	2,686	2,243	19.8
Otros pasivos	4,483	4,110	9.1
Total pasivos	66,334	62,024	6.9
Total capital contable	75,165	67,817	10.8
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	141,499	129,841	9.0

⁽¹⁾ Incluye los activos intangibles generados por las adquisiciones.

Mezcla de monedas y tasas	Septiembre 30, 2006		
	Ps.	% Integral	Tasa Promedio
Contratado en:			
Pesos mexicanos	25,369	65.9%	9.6%
Dólares	11,603	30.1%	6.9%
Pesos Argentinos	550	1.4%	10.4%
Bolivares Venezolanos	381	1.0%	11.2%
Reales	452	1.2%	14.0%
Pesos Colombianos	158	0.4%	9.3%
Deuda total	38,513	100.0%	8.9%
Tasa fija ⁽¹⁾	35,135	91.2%	
Tasa variable ⁽¹⁾	3,378	8.8%	

% de la Deuda total	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012+
Vencimientos de la deuda	16.2%	12.8%	13.8%	14.7%	12.7%	10.8%	19.1%

⁽¹⁾ Incluye el efecto de los swaps de tasa de interés.

Coca-Cola FEMSA
Resultados de Operación
Millones de pesos

	Por el tercer trimestre de:					Por los nueve meses de:				
	2006	% Integral	2005	% Integral	% Crecimiento	2006	% Integral	2005	% Integral	% Crecimiento
Ventas netas	14,328	99.7	13,131	99.3	9.1	41,555	99.7	38,799	99.3	7.1
Otros ingresos de operación	41	0.3	97	0.7	(57.7)	138	0.3	278	0.7	(50.4)
Ingresos totales	14,369	100.0	13,228	100.0	8.6	41,693	100.0	39,077	100.0	6.7
Costo de ventas	7,534	52.4	6,713	50.7	12.2	21,719	52.1	19,949	51.1	8.9
Utilidad bruta	6,835	47.6	6,515	49.3	4.9	19,974	47.9	19,128	48.9	4.4
Gastos administración	766	5.3	720	5.4	6.3	2,310	5.5	2,159	5.5	7.0
Gastos venta	3,722	26.0	3,528	26.8	5.5	10,950	26.3	10,473	26.8	4.6
Gastos operación	4,488	31.3	4,248	32.2	5.6	13,260	31.8	12,632	32.3	5.0
Utilidad de operación	2,347	16.3	2,267	17.1	3.5	6,714	16.1	6,496	16.6	3.4
Depreciación	403	2.8	336	2.5	19.9	1,123	2.7	1,009	2.6	11.3
Amortización y otros	370	2.6	296	2.3	25.0	1,044	2.5	897	2.3	16.4
EBITDA	3,120	21.7	2,899	21.9	7.6	8,881	21.3	8,402	21.5	5.7
Inversión en activo fijo	673		537		25.3	1,813		1,146		58.2

Volumen de ventas
(Millones de cajas unidad)

	2006	% Integral	2005	% Integral	% Crecimiento	2006	% Integral	2005	% Integral	% Crecimiento
México	272.9	54.3	262.4	55.6	4.0	808.2	54.9	768.7	55.0	5.1
Centroamérica	29.7	5.9	26.9	5.7	10.4	87.6	5.9	81.0	5.8	8.1
Colombia	49.7	9.9	45.4	9.6	9.5	137.0	9.3	131.9	9.4	3.9
Venezuela	47.7	9.5	44.3	9.4	7.7	132.8	9	129.9	9.3	2.2
Brasil	64.0	12.7	59.0	12.5	8.5	192.0	13.0	179.7	12.9	6.8
Argentina	39.1	7.8	34.3	7.2	14.0	116.8	7.9	105.6	7.6	10.6
Total Coca-Cola FEMSA	503.1	100.0	472.3	100.0	6.5	1,474.4	100.0	1,396.8	100.0	5.6

FEMSA Cerveza
Resultados de Operación
Millones de pesos

Por el tercer trimestre de:

	FEMSA Cerveza			Kaiser		Total FEMSA Cerveza			
	2006	% Integral	2005	% Integral	% Crecimiento	2006	% Integral	2006	% Integral
Ventas nacionales de cerveza	6,455	79.9	5,994	80.2	7.7			7,409	82.0
Ventas de exportación de cerveza	852	10.5	747	10.0	14.1			852	9.4
Ventas de cerveza	7,307	90.4	6,741	90.2	8.4			8,261	91.4
Ventas de empaque	730	9.0	705	9.4	3.5			730	8.1
Ventas netas	8,037	99.4	7,446	99.6	7.9	954	100.0	8,991	99.5
Otros ingresos de operación	45	0.6	28	0.4	60.7	-	-	45	0.5
Ingresos totales	8,082	100.0	7,474	100.0	8.1	954	100.0	9,036	100.0
Costo de ventas	3,269	40.4	2,954	39.5	10.7	631	66.1	3,900	43.2
Utilidad bruta	4,813	59.6	4,520	60.5	6.5	323	33.9	5,136	56.8
Gastos de administración	951	11.8	897	12.0	6.0	53	5.6	1,004	11.1
Gastos de venta	2,203	27.3	1,901	25.5	15.9	242	25.4	2,445	27.0
Gastos de operación	3,154	39.1	2,798	37.5	12.7	295	31.0	3,449	38.1
Utilidad de operación	1,659	20.5	1,722	23.0	(3.7)	28	2.9	1,687	18.7
Depreciación	374	4.6	380	5.1	(1.6)	37	3.9	411	4.5
Amortización y otros	526	6.6	535	7.2	(1.7)	9	1.0	535	5.9
EBITDA	2,559	31.7	2,637	35.3	(3.0)	74	7.8	2,633	29.1
Inversión en activo fijo	832		685		21.5	51		883	
Volumen de ventas (Miles de hectolitros)									
Nacional	6,651.4	88.7	6,381.0	89.8	4.2	-	-	6,651.4	69.6
Exportación	843.2	11.3	722.5	10.2	16.7	-	-	843.2	8.8
Brasil	-	-	-	-	-	2,055.9	100.0	2,055.9	21.5
Total	7,494.6	100.0	7,103.5	100.0	5.5	2,055.9	100.0	9,550.5	100.0
Precio por hectolitro									
Nacional	970.5		939.4		3.3	-		-	
Exportación	1,010.4		1,033.9		(2.3)	-		-	
Brasil	-		-		-	464.0		464.0	
Total	975.0		949.0		2.7	464.0		464.0	

FEMSA Cerveza
Resultados de Operación
Millones de pesos

	Por los nueve meses de:					Kaiser		Total FEMSA Cerveza	
	FEMSA Cerveza					2006	% Integral	2006	% Integral
	2006	% Integral	2005	% Integral	% Crecimiento				
Ventas nacionales de cerveza	18,554	79.9	16,918	79.9	9.7			21,354	82.1
Ventas de exportación de cerveza	2,276	9.9	2,081	9.8	9.4			2,276	8.8
Ventas de cerveza	20,830	89.8	18,999	89.7	9.6			23,630	90.9
Ventas de empaque	2,230	9.6	2,071	9.8	7.7			2,230	8.5
Ventas netas	23,060	99.4	21,070	99.5	9.4	2,800	100.0	25,860	99.4
Otros ingresos de operación	148	0.6	115	0.5	28.7	-	-	148	0.6
Ingresos totales	23,208	100.0	21,185	100.0	9.5	2,800	100.0	26,008	100.0
Costo de ventas	9,185	39.6	8,553	40.4	7.4	1,847	66.0	11,032	42.4
Utilidad bruta	14,023	60.4	12,632	59.6	11.0	953	34.0	14,976	57.6
Gastos de administración	2,819	12.1	2,591	12.2	8.8	124	4.4	2,943	11.3
Gastos de venta	6,557	28.3	5,800	27.4	13.1	734	26.2	7,291	28.1
Gastos de operación	9,376	40.4	8,391	39.6	11.7	858	30.6	10,234	39.4
Utilidad de operación	4,647	20.0	4,241	20.0	9.6	95	3.4	4,742	18.2
Depreciación	1,110	4.8	1,142	5.4	(2.8)	107	3.8	1,217	4.7
Amortización y otros	1,682	7.3	1,647	7.8	2.1	29	1.1	1,711	6.6
EBITDA	7,439	32.1	7,030	33.2	5.8	231	8.3	7,670	29.5
Inversión en activo fijo	2,336		2,075		12.6	68		2,404	
Volumen de ventas (Miles de hectolitros)									
Nacional	19,187.8	89.5	18,234.0	90.4	5.2	-	-	19,187.8	70.1
Exportación	2,249.3	10.5	1,940.8	9.6	15.9	-	-	2,249.3	8.2
Brasil	-	-	-	-	-	5,953.9	100.0	5,953.9	21.7
Total	21,437.1	100.0	20,174.8	100.0	6.3	5,953.9	100.0	27,391.0	100.0
Precio por hectolitro									
Nacional	967.0		927.8		4.2	-		-	
Exportación	1,011.9		1,072.2		(5.6)	-		-	
Brasil	-		-		-	470.3		470.3	
Total	971.7		941.7		3.2	470.3		470.3	

FEMSA Comercio
Resultados de Operación
Millones de pesos

	Por el tercer trimestre de:					Por los nueve meses de:				
	2006	% Integral	2005	% Integral	% Crecimiento	2006	% Integral	2005	% Integral	% Crecimiento
Ventas netas	9,206	100.0	7,772	100.0	18.5	25,943	100.0	21,611	100.0	20.0
Otros ingresos de operación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ingresos totales	9,206	100.0	7,772	100.0	18.5	25,943	100.0	21,611	100.0	20.0
Costo de ventas	6,733	73.1	5,760	74.1	16.9	19,092	73.6	16,026	74.2	19.1
Utilidad bruta	2,473	26.9	2,012	25.9	22.9	6,851	26.4	5,585	25.8	22.7
Gastos de administración	175	1.9	162	2.1	8.0	528	2.0	449	2.1	17.6
Gastos de venta	1,907	20.8	1,567	20.2	21.7	5,365	20.7	4,362	20.1	23.0
Gastos de operación	2,082	22.7	1,729	22.3	20.4	5,893	22.7	4,811	22.2	22.5
Utilidad de operación	391	4.2	283	3.6	38.2	958	3.7	774	3.6	23.8
Depreciación	104	1.1	86	1.1	20.9	300	1.2	246	1.1	22.0
Amortización y otros	89	1.0	85	1.1	4.7	264	1.0	225	1.1	17.3
EBITDA	584	6.3	454	5.8	28.6	1,522	5.9	1,245	5.8	22.2
Inversión en activo fijo	563		391		44.0	1,194		860		38.8

Información de Tiendas de Conveniencia

Tiendas totales					4,482	3,784	18.4
Tiendas nuevas:	116		124	(6.5)	698	525	33.0
vs. septiembre año anterior					341	318	7.2
vs. diciembre año anterior							
Mismas tiendas: ⁽¹⁾					636.6	591.0	7.6
Ventas (miles de pesos)	658.8		621.1	6.0	22.5	21.3	5.5
Tráfico	23.4		22.5	3.9	28.3	27.7	2.1
Ticket	28.1		27.6	2.1			

⁽¹⁾ Información promedio mensual por tienda, considerando las mismas tiendas con al menos 13 meses en operación.

FEMSA
Otra Información Financiera

INFORMACIÓN MACROECONÓMICA

	Inflación		Tipo de Cambio	
	Septiembre 05 - Septiembre-06	Diciembre 05 - Septiembre-06	Por USD	Por Peso
México	4.09%	2.47%	11.0152	1.0000
Colombia	1.87%	2.18%	2,394.3100	0.0046
Venezuela	17.50%	15.73%	2,150.0000	0.0051
Brasil	7.45%	13.60%	2.1742	5.0663
Argentina	5.47%	7.04%	3.1040	3.5487

Información de la Acción

Bolsa Mexicana de Valores
Clave de Cotización: KOFL

NYSE (ADR)
Clave de Cotización: KOF

Razón de KOF L a KOF = 10:1



Para mayor información:

Relaciones con Inversoras

Alfredo Fernández
alfredo.fernandez@kof.com.mx
(5255) 5081-5120 / 5121

Julieta Naranjo
julieta.naranjo@kof.com.mx
(5255) 5081-5148

Website:
www.coca-colafemsa.com

2006

RESULTADOS DEL TERCER TRIMESTRE Y NUEVE MESES

	Tercer Trimestre			ACUM		
	2006	2005	Δ%	2006	2005	Δ%
Ingresos Totales	14,369	13,228	8.6%	41,693	39,077	6.7%
Utilidad Bruta	6,835	6,516	4.9%	19,974	19,128	4.4%
Utilidad de Operación	2,347	2,268	3.5%	6,714	6,496	3.4%
Utilidad Neta Mayoritaria	1,709	1,187	44.0%	3,306	3,278	0.9%
Flujo Operativo ⁽¹⁾	3,120	2,900	7.6%	8,881	8,402	5.7%
Deuda Neta ^{(2) (3)}	16,268	18,510				
Flujo Operativo ⁽¹⁾ / Gastos Financieros	5.36	4.06		5.41	4.42	
Utilidad Neta Mayoritaria por Acción	0.93	0.64		1.79	1.78	
Promedio de Acciones en Circulación	1,846.5	1,846.5		1,846.5	1,846.5	

Expresado en millones de pesos mexicanos de poder adquisitivo al 30 de septiembre de 2006, excepto Utilidad Neta Mayoritaria por Acción.

⁽¹⁾ Flujo Operativo = Utilidad de Operación + Depreciación + Amortización y Otros Cargos Virtuales. Ver tabla de reconciliaciones en la página 12.

⁽²⁾ Las cifras de 2005 se refieren al 31 de diciembre de 2005

⁽³⁾ Deuda Neta = Deuda Total - Caja

- Los ingresos totales incrementaron 8.6% a Ps. 14,369 millones en el tercer trimestre de 2006, debido al crecimiento en todas nuestras operaciones e incrementaron 6.7% para los nueve meses del año a Ps. 41,693 millones.
- A pesar de las presiones en los costos de materia prima a lo largo de nuestras operaciones y a un ambiente más competido en nuestros principales mercados, nuestra utilidad de operación consolidada creció 3.5% a Ps. 2,347 millones en el tercer trimestre de 2006 y 3.4% para los nueve meses del año a Ps. 6,714 millones. Nuestro margen operativo fue de 16.3% para el tercer trimestre y 16.1% para los nueve meses transcurridos del año.
- La utilidad neta mayoritaria incrementó 44.0% a Ps. 1,709 millones resultando en una utilidad por acción de Ps. 0.93 para el tercer trimestre e incrementó 0.9% a Ps. 3,309 millones para los nueve meses del año en una utilidad por acción de Ps. 1.79.

Ciudad de México (Octubre 27, 2006), Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. (BMV: KOFL, NYSE: KOF) ("Coca-Cola FEMSA" o la "Compañía"), el embotellador más grande de productos Coca-Cola de Latinoamérica y el segundo más grande del mundo en términos de volumen de ventas anunció hoy sus resultados consolidados para el tercer trimestre y los nueve meses de 2006.

"Nuestro nuevo marco integral de cooperación con The Coca-Cola Company, demuestra que continuamos construyendo una relación de colaboración con ellos, sobresaliendo la disposición de ambas partes por buscar alternativas de creación de valor provenientes de una gama de ingresos potencialmente más grande. Continuaremos buscando aquellas oportunidades que logren capturar el crecimiento potencial que Coca-Cola FEMSA puede alcanzar, mediante la transferencia de la fortaleza de su reconocido modelo operativo y su capacidad de ejecución en otros territorios." comentó José Antonio Fernández, Presidente del Consejo de la Compañía.

RESULTADOS CONSOLIDADOS

Nuestros ingresos acumulados crecieron 8.6% a Ps. 14,369 millones en el tercer trimestre de 2006 como resultado de incrementos en todos nuestros territorios. A pesar de un entorno más competitivo, nuestro precio promedio por caja unidad incrementó 1.0% a Ps. 28.09 (US\$ 2.56), debido a los incrementos en el precio por caja unidad en todos nuestros territorios excepto México. Nuestra estrategia de multi-segmentación combinada con incrementos en precios en ciertos países impulsaron este incremento.

El volumen total de ventas incrementó 6.5% a 503.1 millones de caja unidad en el tercer trimestre de 2006 comparado con el mismo periodo de 2005, impulsado principalmente por un 7% de crecimiento de la marca *Coca-Cola*, representando cerca del 70% del incremento en volumen de ventas durante el trimestre. El crecimiento del volumen de venta en México y Brasil, representó aproximadamente 50% del volumen incremental. El volumen de bebidas carbonatadas creció 6.6% a 426.7 millones de cajas unidad, impulsado por el volumen incremental a lo largo de nuestras operaciones.

Nuestra utilidad bruta creció 4.9% a Ps. 6,835 millones en el tercer trimestre del 2006, comparado con el tercer trimestre de 2005 debido a los incrementos en todos nuestros territorios. El margen bruto decreció 170 puntos base a 47.6% en el tercer trimestre de 49.3% en el mismo periodo del 2005, resultado del 5.3% de incremento en el costo promedio por caja unidad debido a mayor costo en los edulcorantes a lo largo de nuestras operaciones, excepto Centroamérica y a mayor precios en la resina en algunos de los territorios.

Nuestra utilidad de operación consolidada creció 3.5% a Ps. 2,347 millones en el tercer trimestre de 2006; los incrementos de doble dígito en la utilidad de operación de Centroamérica y Colombia, y el crecimiento en la utilidad de operación en Brasil, compensaron totalmente la disminución en México, Venezuela y Argentina. Nuestro margen de operación fue de 16.3% en el tercer trimestre de 2006, representando una disminución de 80 puntos base comparado con el mismo periodo de 2005, resultado de la disminución del margen bruto.

Nuestro costo integral de financiamiento cambió de una pérdida de Ps. 364 millones en el tercer trimestre de 2005 a una ganancia de Ps. 369 millones en el mismo periodo de 2006, debido a (i) la ganancia por fluctuación cambiaria resultado de la apreciación del Peso mexicano frente al U.S. dólar aplicada a nuestra posición de pasivos neta denominada en moneda extranjera, comparada con la pérdida registrada durante el mismo periodo del 2005, (ii) la mayor ganancia por posición monetaria como resultado de la inflación aplicada a nuestra posición monetaria y (iii) la reducción en los gastos de intereses comparados con el tercer trimestre del 2005.

Durante el tercer trimestre del 2006 la tasa efectiva de impuestos y participación de los trabajadores sobre la utilidad fue de 31.2% como porcentaje de la utilidad antes de impuestos comparada con 33.6% en el mismo periodo del 2005. Durante el trimestre tomamos ventaja de ciertos beneficios fiscales de algunas de nuestras operaciones, resultando en una disminución en nuestra tasa efectiva de impuestos para el trimestre.

Nuestra utilidad neta mayoritaria consolidada incrementó 44.0% a Ps. 1,709 millones en el tercer trimestre de 2006 comparada con el tercer trimestre del 2005, impulsada por (i) la ganancia por fluctuación cambiaria antes mencionada, (ii) menores gastos de intereses, e (iii) incremento en la utilidad de operación. La utilidad neta por acción (“UPA”) fue de Ps. 0.93 (US\$ 0.85 por ADR) calculada con base a 1,846.5 millones de acciones en circulación (cada ADR representa 10 acciones locales).

“Durante el tercer trimestre, nuestra estrategia de multi-segmentación continuó impulsando un fuerte crecimiento en los ingresos, permitiéndonos al mismo tiempo ganar participación de mercado de ventas en la industria de bebidas, en prácticamente todas nuestras operaciones a pesar del ambiente competitivo en algunos de nuestros territorios; y las realidades del entorno de algunos otros. Adicionalmente, a pesar de la fuerte presión en costos en la mayoría de nuestras operaciones nuestra utilidad de operación mostró un fuerte crecimiento, gracias a nuestro entendimiento de las dinámicas del punto de venta y a nuestras prácticas operativas, las cuáles adaptamos de acuerdo a las condiciones particulares de cada mercado. También ha sido de suma importancia, nuestra exitosa historia de reducción de deuda de los últimos años, con una disminución aproximada de US\$1,000 millones, la cual ha resultado en una disminución de nuestros gastos de intereses y nos ha permitido lograr una fuerte y sostenible generación de flujo de efectivo aún y cuando hemos continuado invirtiendo en nuestro negocio”, comentó Carlos Salazar, Director General de la Compañía.

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO

Al 30 de septiembre de 2006, el saldo en caja de Coca-Cola FEMSA fue de Ps. 4,255 millones (US\$ 388 millones), un incremento de Ps. 2,106 millones (US\$ 192 millones) comparado al 31 de diciembre de 2005, resultado principalmente de la generación interna de efectivo, neto del pago de dividendos realizado durante el primer semestre del año por la cantidad de Ps. 705 millones (US\$ 64 millones); y a deuda adicional.

La deuda a corto plazo fue de Ps. 6,788 millones (US\$ 618 millones) y la deuda a largo plazo fue de Ps. 13,735 millones (US\$ 1,251 millones), la deuda bruta total decreció Ps. 136 millones (US\$ 12 millones) comparado con el cierre del año 2005, como resultado de la inflación mexicana aplicada a nuestro balance de pasivos a diciembre de 2005, de acuerdo a los principios contables generalmente aceptados en México. La deuda neta total disminuyó aproximadamente Ps. 2,204 millones (US\$ 204 millones) comparado al cierre del año 2005 y la deuda neta disminuyó en términos de US dólares nominales por US\$1,000 millones, desde el segundo trimestre de 2003, cuando llevamos a cabo la adquisición de Panamco.

El costo promedio de la deuda durante el tercer trimestre fue de 8.48%, la siguiente tabla muestra la composición de la deuda por moneda y tasa de interés, al 30 de septiembre de 2006:

Moneda	% Deuda Total ⁽²⁾	% Tasa de Interés Variable ⁽²⁾
U.S. dólares	44.8%	31.4%
Pesos mexicanos	46.3%	-
Pesos colombianos	3.1%	25.3%
Otros ⁽¹⁾	5.9%	-

⁽¹⁾ Incluye el equivalente a US\$ 74.5 millones denominado en pesos argentinos y US\$ 34.6 millones denominados en Bolívares venezolanos.

⁽²⁾ Después de dar efecto a los swaps de tipo de cambio.

Estado de Cambios en la Situación Financiera Consolidado

Expresado en millones de pesos mexicanos y U.S. dólares al 30 de septiembre de 2006

	<i>Ene - Sep 2006</i>	
	<i>Ps.</i>	<i>USD</i>
Utilidad neta	3,408	310
Cargos virtuales	2,694	245
	6,102	555
Cambios en el capital de trabajo	(607)	(55)
RNGO ⁽¹⁾	5,495	500
Recursos netos utilizados en actividades de inversión	(1,793)	(163)
Pago de Dividendos	(705)	(64)
Deuda	(148)	(13)
Pasivos y otros	(743)	(68)
Incremento neto en efectivo	2,106	192
Efectivo al inicio del periodo	2,149	196
Efectivo al final del período	4,255	388

⁽¹⁾ Recursos netos generados por la operación

RESULTADOS DE OPERACIÓN EN MÉXICO

Ingresos

Los ingresos en nuestras operaciones en México incrementaron 2.8% a Ps. 7,701 millones en el tercer trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo del año anterior. El crecimiento en volumen de ventas compensó el menor precio promedio por unidad registrado. Los incrementos en precios implementados durante el año, compensaron parcialmente los volúmenes incrementales en presentaciones familiares, las cuáles tienen un menor precio por caja unidad, resultando un decremento en el precio promedio por caja unidad de 1.0% a Ps. 28.16 (US\$ 2.57). Excluyendo el volumen de ventas de *Ciel* en presentaciones de 5.0, 19.0 y 20.0 litros, nuestro precio promedio por caja unidad fue de Ps. 32.40 (US\$ 2.93), una disminución de 1.0% en términos reales, comparado con el mismo periodo de 2005.

El volumen total de ventas incrementó 4.0% a 272.9 millones de cajas unidad para el tercer trimestre de 2006, comparado con el tercer trimestre del 2005, impulsado por un crecimiento del 4.1% en el volumen de ventas de refrescos. El volumen incremental de la marca *Coca-Cola* representó más del 80% del crecimiento de refrescos durante el trimestre y agua embotellada fue la mayoría del balance. Excluyendo agua natural embotellada, el volumen de bebidas no carbonatadas creció 34.4% en el tercer trimestre de 2006, debido al fuerte crecimiento en el volumen de ventas de *Ciel Aquarius*, la marca de agua saborizada sin calorías, que casi duplicó su volumen de ventas durante el trimestre comparado con el mismo periodo de 2005.

Utilidad de Operación

Nuestra utilidad bruta incrementó 0.9% a Ps. 4,038 millones en el tercer trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo de 2005. El margen bruto decreció de 53.4% en el tercer trimestre de 2005 a 52.4% durante el mismo periodo de 2006, resultado de los incrementos en los precios de la materia prima año contra año, principalmente en resina y azúcar combinado con la depreciación del Peso mexicano aplicada a nuestros costos denominados en U.S. dólares.

Los gastos operativos incrementaron 2.5%, un incremento menor que el de nuestros ingresos, durante el periodo debido a mayores gastos por rotura de botellas retornables. La utilidad operativa disminuyó 1.4% a Ps. 1,607 millones en el tercer trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo de 2005, debido principalmente a mayores costos por caja unidad. El margen de operación decreció 90 puntos base a 20.9% en el tercer trimestre de 2006, comparado con 21.8% en el mismo periodo de 2005.

RESULTADOS DE OPERACIÓN EN CENTROAMÉRICA (Guatemala, Nicaragua, Costa Rica and Panama)

Ingresos

Los ingresos alcanzaron Ps. 1,031 millones en el tercer trimestre del 2006, un incremento de 19.3% comparado con el mismo periodo de 2005. El crecimiento de volumen y el incremento en precios promedio contribuyeron de igual manera al incremento en ingresos durante el trimestre. El precio promedio por caja unidad incrementó 7.5% a Ps. 34.48 (US\$ 3.14), debido a los incrementos de precios implementados a lo largo de la región.

El volumen de ventas en nuestros territorios de Centroamérica creció 10.4% a 29.7 millones de cajas unidad en el tercer trimestre de 2006 comparado con el mismo periodo de 2005, resultado de incrementos en volumen en todos los países que comprenden la región de Centroamérica. El crecimiento en volumen de ventas de refrescos, proviniendo principalmente de Nicaragua y Costa Rica, contribuyó a más del 60% del volumen total incremental y el incremento del segmento de bebidas no-carbonatadas, incluyendo agua embotellada, fue el balance. Las bebidas no-carbonatadas crecieron como porcentaje de las ventas totales de 2.2% en el tercer trimestre de 2005, a 5.4% en el mismo periodo de 2006, debido principalmente a *Hi-C*, un producto hecho a base de jugo.

Utilidad de Operación

La utilidad bruta creció 22.1% en el tercer trimestre de 2006 comparado con el mismo periodo de 2005, a Ps. 481 millones como resultado del apalancamiento operativo debido a mayores ingresos. A pesar del incremento en costos de empaque como resultado del cambio en la mezcla de empaques hacia presentaciones no retornables, nuestro margen bruto incrementó de 45.6% en el tercer trimestre de 2005 a 46.7% en el mismo periodo de 2006.

Nuestra utilidad de operación incrementó 75.3% a Ps. 156 millones en el tercer trimestre de 2006, resultando en una expansión del margen de 480 puntos base a 15.3%, comparado con el mismo periodo de 2005. Mayor absorción de gastos fijos resultado del incremento en los ingresos totales, combinado con ahorros operativos generados por el cierre de centros de distribución a lo largo de la región, impulsaron el crecimiento durante el trimestre.

RESULTADOS DE OPERACIÓN EN COLOMBIA

Ingresos

Los ingresos totales incrementaron 11.4% a Ps. 1,371 millones en el tercer trimestre de 2006, comparado con el tercer trimestre de 2005. El incremento en el volumen de ventas generó más del 80% del crecimiento y el mayor precio promedio representó el balance. Nuestro precio promedio por caja unidad creció 1.7% a Ps. 27.59 (US\$ 2.51), como resultado de los incrementos en precios implementados durante el año así como al cambio en la mezcla hacia presentaciones con mayor precio promedio por caja unidad.

El volumen de ventas total para el tercer trimestre de 2006 creció 9.5%, comparado con el mismo periodo de 2005 a 49.7 millones de cajas unidad. El crecimiento en el volumen de ventas de refrescos representó más del 80% de los volúmenes incrementales del trimestre, impulsado principalmente por la marca *Coca-Cola* y el segmento de aguas no saborizadas representó la mayoría del balance. Excluyendo agua natural embotellada, el volumen de bebidas no-carbonatadas creció a más del doble de una base muy pequeña durante el trimestre.

Utilidad de Operación

A pesar de la presión en los costos durante el trimestre, nuestra utilidad bruta incrementó 9.0% a Ps. 607 millones en el tercer trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo de 2005. La presión en los costos se debió principalmente a los incrementos en el precio del azúcar y a mayores costos de empaque resultado del cambio en la mezcla de empaques hacia presentaciones no retornables, los cuáles más que compensaron ahorros generados a través de las iniciativas de aligeramiento de botellas, resultando en una disminución de 90 puntos base en el margen bruto de 45.2% en el tercer trimestre de 2005 a 44.3% en el tercer trimestre de 2006.

La utilidad de operación permaneció prácticamente sin cambio en términos absolutos y disminuyó 310 puntos base como porcentaje del total de ingresos, debido al apalancamiento operativo alcanzado por mayores ingresos. La utilidad de operación incrementó 29.9% a Ps. 204 millones en el tercer trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo de 2005, resultando en una mejora en el margen operativo de 210 puntos base alcanzando un margen de 14.9%.

RESULTADOS DE OPERACIÓN EN VENEZUELA

Ingresos

Los ingresos en nuestra operación en Venezuela incrementaron 15.1% a Ps. 1,657 millones en el tercer trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo de 2005. Crecimiento en el volumen de ventas y el incremento en el precio promedio, impulsado por el cambio favorable en la mezcla de producto y empaque, contibuyeron de igual manera a los ingresos incrementales en el trimestre. Nuestro precio promedio alcanzó los Ps. 34.68 (US\$ 3.16).

El volumen de ventas total creció 7.7% a 47.6 millones de cajas unidad durante el tercer trimestre de 2006, comparado con el mismo trimestre de 2005, impulsado por un crecimiento del 10.9% en el volumen de refrescos. Los refrescos crecieron 10.9% en el tercer trimestre de 2006 comparado con el mismo periodo de 2005 y las bebidas no-carbonatadas, excluyendo aguas no saborizadas, crecieron 4.5% en el trimestre debido principalmente a *Nestea*, un té helado listo para beber, el cual aportó más del 15% del volumen incremental total del trimestre.

Utilidad de Operación

La utilidad de operación incrementó 14.2% a Ps. 643 millones en el tercer trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo del año anterior. A pesar de los incrementos en los precios del azúcar, en los gastos salariales y en el costo de empaque debido al cambio en la mezcla de empaques hacia presentaciones no retornables, nuestro margen bruto durante el trimestre permaneció prácticamente sin cambio en 38.8% comparado con el mismo periodo del año anterior.

Los gastos operativos incrementaron 19.2% a Ps. 596 millones en el tercer trimestre de 2006, reflejando incrementos en costos de depreciación, mayores costos de transportación e incrementos salariales implementados durante los últimos doce meses, debido principalmente a presiones inflacionarias. El incremento en ingresos compensó parcialmente mayores gastos operativos, resultando en una disminución en la utilidad de operación de 25.4% a Ps. 47 millones en el tercer trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo de 2005. Nuestro margen de operación decreció 160 puntos base de 4.4% en el tercer trimestre de 2005 a 2.8% en el mismo periodo de 2006.

RESULTADO DE OPERACIÓN EN ARGENTINA

Ingresos

En Argentina, los ingresos totales incrementaron 13.3% a Ps. 757 millones en el tercer trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo de 2005, impulsados por un crecimiento en el volumen de ventas totales del 14.0%. El precio promedio por caja unidad fue de Ps. 19.21 (US\$ 1.75) en el tercer trimestre de 2006, un incremento del 1.8% comparado con el mismo periodo del año anterior debido al cambio en la mezcla de producto hacia el segmento de marcas principales y premium, las cuáles tienen un mayor precio promedio por caja unidad.

El volumen de ventas total en el tercer trimestre del 2006, incrementó 14.0% a 39.1 millones de cajas unidad, comparado con el mismo periodo de 2005. El volumen de ventas de refrescos incrementó 13.1% en el trimestre, con la marca *Coca-Cola* aportando más del 50% del volumen incremental, y *Fanta* y *Sprite* fueron la mayoría del balance. El volumen de ventas de bebidas no-carbonatadas, excluyendo agua embotellada no-saborizada, creció más del doble durante el trimestre de una base pequeña.

Utilidad de Operación

La utilidad de operación incrementó 11.6% a Ps. 299 millones en el tercer trimestre de 2006, comparado con el tercer trimestre de 2005. Nuestro margen de operación decreció 60 puntos base a 39.5%, comparado con el tercer trimestre de 2005, debido a los incrementos en los precios de las botellas de polietileno tereftalato ("PET") así como a mayores costos laborales.

Los gastos operativos incrementaron 21.1% en el tercer trimestre de 2006 debido principalmente a mayores gastos de depreciación, costos de transportación y salariales. Los incrementos en gastos más que compensaron los mayores ingresos, resultando en una disminución del 5.2% en la utilidad de operación a Ps. 92 millones en el tercer trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo de 2005. El margen de operación decreció 230 puntos base a 12.2%.

RESULTADO DE LA OPERACIÓN EN BRASIL

En enero de 2006, FEMSA Cerveza adquirió una participación mayoritaria en Cervejarias Kaiser Brasil S.A. o Cervejarias Kaiser. A partir de Febrero de 2006, consecuentemente, hemos acordado continuar distribuyendo el portafolio de cervezas de Kaiser y reanudar la función de ventas en São Paulo, Brasil, consistente con los acuerdos establecidos antes del 2004. El volumen de ventas de cerveza no será incluido en nuestro volumen de ventas de 2006, sin embargo los ingresos y los costos sí van a ser registrados en nuestro estado de resultados. En 2005, no incluimos el volumen de ventas ni los ingresos netos de la cerveza que distribuimos en Brasil en nuestro estado de resultados. La cantidad que recibimos por distribuir cerveza en Brasil está incluida en otros ingresos. Por lo tanto, nuestra información financiera trimestral no va a ser comparable con periodos anteriores hasta el primer trimestre de 2007, y en forma anual hasta fines del 2007.

Ingresos

Los ingresos netos incrementaron 23.3% a Ps. 1,844 millones en el tercer trimestre de 2006, comparados con el mismo periodo de 2005. Excluyendo cerveza, los ingresos netos incrementaron 10.2% a Ps. 1,647 millones en el tercer trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo de 2005; el incremento en el volumen de ventas representó la mayoría de los ingresos netos incrementales. Excluyendo cerveza, el precio promedio por caja unidad incrementó 1.5% a Ps. 25.73 (US\$ 2.34) durante el tercer trimestre de 2006, impulsado por los incrementos en precios implementados a lo largo del trimestre. El total de ingresos de cerveza fue de Ps. 197 millones en el tercer trimestre de 2006.

El volumen de ventas, excluyendo cerveza, incrementó 8.5% a 64.0 millones de cajas unidad en el tercer trimestre de 2006. El volumen de ventas de refrescos representó más del 80% del volumen de ventas incremental, impulsado principalmente por la marca *Coca-Cola* y el segmento de agua no saborizada representó la mayoría del balance. El volumen de ventas de agua no saborizada incrementó cerca de un 20% en el tercer trimestre de 2006 y las bebidas no carbonatadas, excluyendo agua embotellada no saborizada, crecieron más del 20% resultado de la introducción de la marca *Minute Maid Mais*, producto hecho a base de jugo de frutas.

Utilidad de Operación

En el tercer trimestre de 2006, nuestra utilidad bruta incrementó 4.6% a Ps. 767 millones, comparado con el mismo periodo del año anterior, a pesar de los incrementos en el precio de azúcar año contra año, los cuáles fueron parcialmente compensados por la apreciación del Real brasileño, año contra año, aplicada a nuestros costos denominados en U.S. dólares. El margen bruto fue de 41.4% en el tercer trimestre de 2006.

Nuestros gastos operativos incrementaron 5.0% en el tercer trimestre de 2006 comparados con el mismo periodo de 2005, sin embargo como porcentaje del total de ingresos disminuyeron de 32.7% a 28.4% debido a una mayor absorción del costo fijo resultado de ingresos incrementales. La utilidad de operación fue de Ps. 241 millones en el tercer trimestre de 2006, un aumento de 3.9% comparado con el mismo trimestre de 2005.

RESUMEN DE LOS RESULTADOS DE NUEVE MESES

Nuestros ingresos consolidados incrementaron 6.7% a Ps. 41,693 millones en los primeros nueve meses del 2006, comparado con el mismo periodo de 2005, como resultado del crecimiento en todos nuestros territorios; México y Brasil representaron la mayoría del crecimiento. El precio promedio por caja unidad consolidado en términos reales, permaneció prácticamente sin cambio en Ps. 27.79 (US\$ 2.53) durante los primeros nueve meses de 2006. Los incrementos en el precio promedio por caja unidad en Colombia, Venezuela, Brasil y Centroamérica compensaron menores precios promedio por caja unidad en México y Argentina.

El volumen de ventas totales incrementó 5.6% a 1,474.4 millones de cajas unidad en los primeros nueve meses de 2006, comparados con el mismo periodo del año anterior, debido principalmente al 5.7% de crecimiento en volumen de marca *Coca-Cola*, la cual representó más del 65% de nuestro volumen incremental. El crecimiento del volumen de ventas en México y Brasil, excluyendo cerveza, representó más del 65% de los volúmenes de ventas incrementales. El volumen de venta de refrescos creció 5.6% a 1,245.8 millones de cajas unidad, debido al volumen de ventas incremental en todos nuestros territorios.

Nuestra utilidad bruta incrementó 4.4% a Ps. 19,974 millones en los primeros nueve meses de 2006, comparado con el mismo periodo del año anterior, impulsado por crecimiento en la utilidad bruta a lo largo de todos nuestros territorios; México representó más del 40% del incremento en la utilidad bruta. El margen bruto decreció de 48.9% durante los primeros meses del 2005 a 47.9% en los primeros nueve meses de 2006, debido a los incrementos en el costo por caja unidad a lo largo de nuestros territorios, excepto en México y Argentina.

Nuestra utilidad de operación consolidada incrementó 3.4% a Ps. 6,714 millones en los primeros nueve meses de 2006, comparado con los primeros nueve meses de 2005. México representó más del 65% del crecimiento y compensó en su totalidad la disminución en la utilidad operativa de Venezuela y Argentina. Nuestro margen de operación decreció 50 puntos base a 16.1% en los primeros nueve meses de 2006, debido a la disminución del margen bruto.

Nuestra utilidad neta mayoritaria fue de Ps. 3,306 millones en los primeros nueve meses de 2006, un incremento del 0.9% comparado con los primeros nueve meses de 2005, el incremento en la utilidad de operación compensó en su totalidad el mayor costo integral de financiamiento resultado de la depreciación del Peso mexicano frente el U.S. dólar aplicada a nuestra posición monetaria neta denominada en moneda extranjera, comparada con la apreciación durante el mismo periodo en 2005. La UPA en el tercer trimestre de 2006 fue de Ps. 1.79 (US\$ 1.63 por ADR) calculada en base a 1,846.5 millones de acciones en circulación (cada ADR representa 10 acciones locales).

EVENTOS RELEVANTES

Durante el tercer trimestre de 2006, llegamos a un nuevo marco integral de cooperación con The Coca-Cola Company ("TCCC") para iniciar una nueva etapa de colaboración con enfoque a la rentabilidad hacia adelante. Este nuevo marco incluye los principales aspectos sobre la relación con TCCC así como la definición de los términos para un modelo de negocios de colaboración. El marco de cooperación está estructurado considerando tres objetivos principales:

1. Crecimiento Sostenible de Bebidas Carbonatadas y No-Carbonatadas:

Nosotros y TCCC hemos definido la plataforma para buscar en conjunto crecimiento en la categoría de refrescos, así como el desarrollo acelerado en el segmento de bebidas no-carbonatadas en Latinoamérica, orgánicamente y a través de adquisiciones. Para este fin, The Coca-Cola Company proveerá una proporción relevante de los fondos provenientes de los incrementos de incidencia para apoyo en mercadotecnia del portafolio de bebidas carbonatadas y no-carbonatadas. Adicionalmente, el nuevo marco de colaboración contempla un nuevo modelo de negocios global para el desarrollo del segmento de no-carbonatados que alinee aún más nuestros objetivos y que contribuya a la creación de valor incremental en el largo plazo para ambas compañías.

2. Crecimiento Horizontal de Coca-Cola FEMSA:

El nuevo marco de colaboración incluye el apoyo implícito por parte de TCCC hacia nuestras aspiraciones de continuar con nuestro liderazgo en el proceso de consolidación del sistema Coca-Cola en Latinoamérica, así como explorar oportunidades potenciales en otros mercados, en los cuales podamos apalancarnos aprovechando nuestro modelo de negocios y nuestras fortalezas operativas.

3. Visión a largo plazo en relación a los fundamentos económicos:

Nosotros y TCCC entendemos los objetivos del negocio y planes de crecimiento de cada uno, y el nuevo marco de cooperación considera las expectativas de largo plazo en relación a los fundamentos económicos en nuestra relación. Esto nos permitirá a nosotros y a TCCC, enfocarnos a continuar impulsando el negocio y a generar crecimientos rentables.

Este nuevo marco de colaboración crea una plataforma atractiva en la cual se continuará creando valor para nuestros accionistas en los próximos años.

PARO DE OPERACIONES – VENEZUELA

El lunes 23 de Octubre, un grupo de supuestos ex concesionarios apoyados por dos representantes del Congreso pertenecientes a la Asamblea Nacional Venezolana, bloquearon el acceso a la mayoría de nuestras instalaciones, incluyendo nuestras oficinas corporativas en Venezuela, generando un paro en nuestra operación. El día de ayer, 26 de Octubre de 2006, finalizó el bloqueo y el día de hoy retomamos operaciones. No esperamos que este paro tenga implicaciones materiales adversas en nuestros resultados financieros.

INFORMACIÓN PARA LA CONFERENCIA TELEFÓNICA

Nuestra Conferencia telefónica del tercer trimestre de 2006 se llevará a cabo el día 27 de octubre de 2006 a las 11:00 A.M. ET (10:00 A.M. hora de México). Para participar en la conferencia telefónica, favor de marcar: U.S. locales: 866-700-7477 e Internacional: 617-213-8840. Adicionalmente estará disponible la transmisión del audio en vivo a través de nuestra página de internet en www.coca-colafemsa.com.

Si usted no puede participar en tiempo real, una repetición de la misma estará disponible hasta el 4 de noviembre del 2006. Para escuchar la repetición, favor de marcar: U.S. locales: 888-286-8010. Internacional: 617-801-6888. Contraseña: 98344233.



Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. produce y distribuye Coca-Cola, Sprite, Fanta, Lift y otros productos de las 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 el estado de Mato Grosso do Sul y parte del estado de Goias) y Argentina (capital federal de Buenos Aires y sus alrededores), además de agua embotellada, cerveza y otras bebidas en algunos de estos territorios. La compañía cuenta con 30 plantas embotelladoras en los países en Latinoamérica y atiende a más de 1,500,000 detallistas en la región. 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 (PCGA mexicanos). Todas las cifras están expresadas en pesos mexicanos constantes con poder adquisitivo al 30 de septiembre de 2006. Para fines de comparación las cifras de la compañía para 2006 y 2005, 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 oficial al 30 de septiembre de 2006 publicado por el banco central de cada país. Además, todas las comparaciones para el tercer trimestre de 2006 contenidas en este reporte, han sido hechas contra cifras del periodo comparable de 2005, 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 administración 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 cuales 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 estadounidenses 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 americanos o que pueden ser convertidas según las tasas indicadas.

Las cantidades en US dólares en este reporte, únicamente para la conveniencia del lector, han sido convertidas de pesos mexicanos utilizando el tipo de cambio de compra al mediodía según lo publicado por la Reserva Federal del Banco Nueva York el 30 de septiembre de 2006, el cual fue de Ps. 10.9770 por cada \$1.00.



(a continuación 7 págs de tablas)

Estado de Situación Financiera Consolidado

Expresado en millones de pesos mexicanos de poder adquisitivo al 30 de septiembre de 2006

ACTIVO		Sep-06		Dic-05
Activos circulantes				
Efectivo y valores de realiz. inm.	Ps.	4,255	Ps.	2,149
Total cuentas por cobrar		2,160		2,677
Inventarios		2,934		2,283
Pagos anticipados y otros		1,113		830
Total activos circulantes		10,462		7,939
Propiedad, planta y equipo				
Propiedad, planta y equipo		33,221		33,191
Depreciación acumulada		-15,151		-14,770
Botellas y cajas, neto		1,122		1,100
Total propiedad, planta y equipo		19,192		19,521
Inversión en acciones y otros		477		486
Cargos diferidos neto		1,277		1,344
Activos intangibles y otros activos		40,829		40,487
TOTAL ACTIVO	Ps.	72,237	Ps.	69,777

PASIVO Y CAPITAL CONTABLE		Sep-06		Dic-05
Pasivo circulante				
Deuda a corto plazo y documentos	Ps.	6,788	Ps.	4,600
Intereses por pagar		387		334
Proveedores		4,466		4,850
Otros pasivos		3,401		2,905
Pasivo circulante		15,042		12,689
Préstamos bancarios a largo plazo		13,735		16,059
Plan de pensiones, prima de antigüedad y otros		860		807
Otros pasivos		3,753		4,153
Total pasivo		33,390		33,708
Capital Contable				
Interés minoritario		1,140		1,144
Interés mayoritario:				
Capital social		2,958		2,958
Prima en suscripción de acciones		12,654		12,654
Utilidades retenidas		21,910		17,940
Utilidad neta del periodo		3,306		4,676
Resultado acumulado por tenencia de activos no monetarios		-3,121		-3,303
Total interés mayoritario		37,707		34,925
Total capital contable		38,847		36,069
TOTAL PASIVO Y CAPITAL	Ps.	72,237	Ps.	69,777

Estado de Resultados

Expresado en millones de pesos mexicanos⁽¹⁾ de poder adquisitivo al 30 de septiembre de 2006

	3T 06	% Ing	3T 05	% Ing	Δ%	ACUM 06	% Ing	ACUM 05	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad) ⁽²⁾	503.1		472.3		6.5%	1,474.4		1,396.8		5.6%
Precio promedio por caja unidad ⁽²⁾	28.09		27.80		1.0%	27.79		27.78		0.0%
Ventas netas	14,328		13,131		9.1%	41,555		38,799		7.1%
Otros ingresos de operación	41		97		-57.7%	138		278		-50.4%
Ingresos totales	14,369	100%	13,228	100%	8.6%	41,693	100%	39,077	100%	6.7%
Costo de ventas	7,534	52.4%	6,713	50.7%	12.2%	21,719	52.1%	19,949	51.1%	8.9%
Utilidad bruta	6,835	47.6%	6,516	49.3%	4.9%	19,974	47.9%	19,128	48.9%	4.4%
Gastos de Operación	4,488	31.2%	4,248	32.1%	5.6%	13,260	31.8%	12,632	32.3%	5.0%
Utilidad de operación	2,347	16.3%	2,268	17.1%	3.5%	6,714	16.1%	6,496	16.6%	3.4%
Gastos financieros	582		714		-18.5%	1,643		1,899		-13.5%
Productos financieros	84		81		3.7%	242		235		3.0%
Gastos financieros, neto	498		633		-21.3%	1,401		1,664		-15.8%
(Ganancia) pérdida cambiaria	(384)		4		NA	248		(243)		NA
Ganancia por posición monetaria			(273)		76.9%	(620)		(445)		39.3%
Costo integral de financ.	(369)		364		-201.4%	1,029		976		5.4%
Otros gastos, neto	219		104		110.6%	395		356		11.0%
Utilidad antes de impuestos	2,497		1,800		38.7%	5,290		5,164		2.4%
Impuestos	779		604		29.0%	1,882		1,869		0.7%
Utilidad neta consolidada	1,718		1,196		43.6%	3,408		3,295		3.4%
Utilidad mayoritaria	1,709	11.9%	1,187	9.0%	44.0%	3,306	7.9%	3,278	8.4%	0.9%
Utilidad minoritaria	9		9		0.0%	102		17		500.0%
Utilidad de operación	2,347	16.3%	2,268	17.1%	3.5%	6,714	16.1%	6,496	16.6%	3.4%
Depreciación	403		336		19.9%	1,123		1,009		11.3%
Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	370		296		25.0%	1,044		897		16.4%
Flujo operativo ⁽³⁾	3,120	21.7%	2,900	21.9%	7.6%	8,881	21.3%	8,402	21.5%	5.7%

⁽¹⁾ Excepto volumen y precio promedio por caja unidad.

⁽²⁾ Incluye el gasto por rotura de botellas retornables.

⁽³⁾ Flujo Operativo = Utilidad de Operación + Depreciación + Amortización y Otros cargos virtuales.

Operaciones en México

Expresado en millones de pesos mexicanos⁽¹⁾ de poder adquisitivo al 30 de septiembre de 2006

	3T 06	% Ing	3T 05	% Ing	Δ%	ACUM06	% Ing	ACUM05	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad) ⁽²⁾	272.9		262.4		4.0%	808.2		768.7		5.1%
Precio promedio por caja unidad	28.16		28.45		-1.0%	27.88		28.37		-1.7%
Ventas netas	7,684		7,465		2.9%	22,529		21,808		3.3%
Otros ingresos de operación	17		28		-39.3%	38		63		-39.7%
Ingresos totales	7,701	100.0%	7,493	100.0%	2.8%	22,567	100.0%	21,871	100.0%	3.2%
Costo de ventas	3,663	47.6%	3,492	46.6%	4.9%	10,642	47.2%	10,315	47.2%	3.2%
Utilidad bruta	4,038	52.4%	4,001	53.4%	0.9%	11,925	52.8%	11,556	52.8%	3.2%
Gastos de Operación	2,431	31.6%	2,371	31.6%	2.5%	7,203	31.9%	6,961	31.8%	3.5%
Utilidad de operación	1,607	20.9%	1,630	21.8%	-1.4%	4,722	20.9%	4,595	21.0%	2.8%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	458	5.9%	372	5.0%	23.1%	1,313	5.8%	1,098	5.0%	19.6%
Flujo Operativo ⁽³⁾	2,065	26.8%	2,002	26.7%	3.1%	6,035	26.7%	5,693	26.0%	6.0%

⁽¹⁾ Excepto volumen y precio promedio por caja unidad.

⁽²⁾ Incluye el gasto por rotura de botellas retornables.

⁽³⁾ Flujo Operativo = Utilidad de Operación + Depreciación + Amortización y Otros cargos virtuales.

Operaciones en Centroamérica

Expresado en millones de pesos mexicanos⁽¹⁾ de poder adquisitivo al 30 de septiembre de 2006

	3T 06	% Ing	3T 05	% Ing	Δ%	ACUM06	% Ing	ACUM05	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad) ⁽²⁾	29.7		26.9		10.4%	87.6		81.0		8.1%
Precio promedio por caja unidad	34.48		32.08		7.5%	34.04		32.78		3.9%
Ventas netas	1,024		863		18.7%	2,982		2,655		12.3%
Otros ingresos de operación	7		1		600.0%	26		3		766.7%
Ingresos totales	1,031	100.0%	864	100.0%	19.3%	3,008	100.0%	2,658	100.0%	13.2%
Costo de ventas	550	53.3%	470	54.4%	17.0%	1,611	53.6%	1,390	52.3%	15.9%
Utilidad bruta	481	46.7%	394	45.6%	22.1%	1,397	46.4%	1,268	47.7%	10.2%
Gastos de Operación	325	31.5%	305	35.3%	6.6%	973	32.3%	942	35.4%	3.3%
Utilidad de operación	156	15.1%	89	10.3%	75.3%	424	14.1%	326	12.3%	30.1%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	50	4.8%	56	6.5%	-10.7%	161	5.4%	171	6.4%	-5.8%
Flujo Operativo ⁽³⁾	206	20.0%	145	16.8%	42.1%	585	19.4%	497	18.7%	17.7%

⁽¹⁾ Excepto volumen y precio promedio por caja unidad.

⁽²⁾ Incluye el gasto por rotura de botellas retornables.

⁽³⁾ Flujo Operativo = Utilidad de Operación + Depreciación + Amortización y Otros cargos virtuales.

Operaciones en Colombia

Expresado en millones de pesos mexicanos⁽¹⁾ de poder adquisitivo al 30 de septiembre de 2006

	3T06	% Ing	3T05	% Ing	Δ%	ACUM06	% Ing	ACUM05	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad) ⁽²⁾	49.7		45.4		9.5%	137.0		131.9		3.9%
Precio promedio por caja unidad	27.59		27.11		1.7%	27.13		26.66		1.8%
Ventas netas	1,371		1,231		11.4%	3,717		3,516		5.7%
Otros ingresos de operación	-		-		N.A.	2		-		N.A.
Ingresos totales	1,371	100.0%	1,231	100.0%	11.4%	3,719	100.0%	3,516	100.0%	5.8%
Costo de ventas	764	55.7%	674	54.8%	13.4%	2,080	55.9%	1,946	55.3%	6.9%
Utilidad bruta	607	44.3%	557	45.2%	9.0%	1,639	44.1%	1,570	44.7%	4.4%
Gastos de Operación	403	29.4%	400	32.5%	0.8%	1,208	32.5%	1,207	34.3%	0.1%
Utilidad de operación	204	14.9%	157	12.8%	29.9%	431	11.6%	363	10.3%	18.7%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	76	5.5%	63	5.1%	20.6%	205	5.5%	214	6.1%	-4.2%
Flujo Operativo ⁽³⁾	280	20.4%	220	17.9%	27.3%	636	17.1%	577	16.4%	10.2%

⁽¹⁾ Excepto volumen y precio promedio por caja unidad.

⁽²⁾ Incluye el gasto por rotura de botellas retornables.

⁽³⁾ Flujo Operativo = Utilidad de Operación + Depreciación + Amortización y Otros cargos virtuales.

Operaciones en Venezuela

Expresado en millones de pesos mexicanos⁽¹⁾ de poder adquisitivo al 30 de septiembre de 2006

	3T06	% Ing	3T05	% Ing	Δ%	ACUM06	% Ing	ACUM05	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad) ⁽²⁾	47.7		44.3		7.7%	132.8		129.9		2.2%
Precio promedio por caja unidad	34.68		32.28		7.4%	34.92		32.71		6.8%
Ventas netas	1,654		1,430		15.7%	4,638		4,249		9.2%
Otros ingresos de operación	3		9		-66.7%	12		11		9.1%
Ingresos totales	1,657	100.0%	1,439	100.0%	15.1%	4,650	100.0%	4,260	100.0%	9.2%
Costo de ventas	1,014	61.2%	876	60.9%	15.8%	2,856	61.4%	2,531	59.4%	12.8%
Utilidad bruta	643	38.8%	563	39.1%	14.2%	1,794	38.6%	1,729	40.6%	3.8%
Gastos de Operación	596	36.0%	500	34.7%	19.2%	1,707	36.7%	1,519	35.7%	12.4%
Utilidad de operación	47	2.8%	63	4.4%	-25.4%	87	1.9%	210	4.9%	-58.6%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	104	6.3%	72	5.0%	44.4%	250	5.4%	209	4.9%	19.6%
Flujo Operativo ⁽³⁾	151	9.1%	135	9.4%	11.9%	337	7.2%	419	9.8%	-19.6%

⁽¹⁾ Excepto volumen y precio promedio por caja unidad.

⁽²⁾ Incluye el gasto por rotura de botellas retornables.

⁽³⁾ Flujo Operativo = Utilidad de Operación + Depreciación + Amortización y Otros cargos virtuales.

Operaciones en Argentina

Expresado en millones de pesos mexicanos⁽¹⁾ de poder adquisitivo al 30 de septiembre de 2006

	3T 06	% Ing	3T 05	% Ing	Δ%	ACUM 06	% Ing	ACUM 05	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad) ⁽²⁾	39.1		34.3		14.0%	116.8		105.6		10.6%
Precio promedio por caja unidad	19.21		18.86		1.8%	18.87		19.25		-2.0%
Ventas netas	751		647		16.1%	2,204		2,033		8.4%
Otros ingresos de operación	6		21		-71.4%	30		78		-61.5%
Ingresos totales	757	100.0%	668	100.0%	13.3%	2,234	100.0%	2,111	100.0%	5.8%
Costo de ventas	458	60.5%	400	59.9%	14.5%	1,346	60.3%	1,290	61.1%	4.3%
Utilidad bruta	299	39.5%	268	40.1%	11.6%	888	39.7%	821	38.9%	8.2%
Gastos de Operación	207	27.3%	171	25.6%	21.1%	610	27.3%	511	24.2%	19.4%
Utilidad de operación	92	12.2%	97	14.5%	-5.2%	278	12.4%	310	14.7%	-10.3%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	42	5.5%	33	4.9%	27.3%	121	5.4%	103	4.9%	17.5%
Flujo Operativo ⁽³⁾	134	17.7%	130	19.5%	3.1%	399	17.9%	413	19.6%	-3.4%

⁽¹⁾ Excepto volumen y precio promedio por caja unidad.

⁽²⁾ Incluye el gasto por rotura de botellas retornables.

⁽³⁾ Flujo Operativo = Utilidad de Operación + Depreciación + Amortización y Otros cargos virtuales.

Operaciones en Brasil

Expresado en millones de pesos mexicanos⁽¹⁾ de poder adquisitivo al 30 de septiembre de 2006

	3T 06 ⁽²⁾	% Rev	3T 05 ⁽³⁾	% Rev	Δ%	ACUM 06 ⁽²⁾	% Ing	ACUM 05 ⁽³⁾	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad) ⁽²⁾	64.0		59.0		8.5%	192.0		179.7		6.8%
Precio promedio por caja unidad	25.73		25.34		1.5%	25.54		25.25		1.1%
Ventas netas	1,844		1,495		23.3%	5,485		4,538		20.9%
Otros ingresos de operación	8		38		-78.9%	30		123		-75.6%
Ingresos totales	1,852	100.0%	1,533	100.0%	20.8%	5,515	100.0%	4,661	100.0%	18.3%
Costo de ventas	1,085	58.6%	800	52.2%	35.6%	3,184	57.7%	2,477	53.1%	28.5%
Utilidad bruta	767	41.4%	733	47.8%	4.6%	2,331	42.3%	2,184	46.9%	6.7%
Gastos de Operación	526	28.4%	501	32.7%	5.0%	1,559	28.3%	1,492	32.0%	4.5%
Utilidad de operación	241	13.0%	232	15.1%	3.9%	772	14.0%	692	14.8%	11.6%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽⁴⁾	43	2.3%	36	2.3%	19.4%	117	2.1%	111	2.4%	5.4%
Flujo Operativo ⁽⁵⁾	284	15.3%	268	17.5%	6.0%	889	16.1%	803	17.2%	10.7%

⁽¹⁾ Excepto volumen y precio promedio por caja unidad.

⁽²⁾ Incluye los resultados de cerveza excepto en el volumen y precio promedio de caja unidad.

⁽³⁾ Excluye resultados de cerveza excepto en otros ingresos de operación, donde se registraron los ingresos netos de cerveza.

⁽⁴⁾ Incluye el gasto por rotura de botellas retornables

⁽⁵⁾ Flujo Operativo = Utilidad de Operación + Depreciación + Amortización y Otros cargos virtuales

INFORMACION RELEVANTE

Por los tres meses terminados al 30 de septiembre de 2006 y 2005

Expresado en millones de pesos mexicanos de poder adquisitivo al 30 de septiembre de 2006

	3T 05
Inversión en Activos fijos	536.6
Depreciación	336.2
Amortización y Otros cargos virtuales	295.9

	3T 06
Inversión en Activos fijos	673.2
Depreciación	402.8
Amortización y Otros cargos virtuales	369.9

VOLUMEN

Expresado en millones de cajas unidad

	3T 05			
	Refrescos	Agua	Otros	Total
México	209.1	51.3	2.0	262.4
Centroamérica	25.2	1.1	0.6	26.9
Colombia	39.9	5.4	0.1	45.4
Venezuela	38.1	4.0	2.2	44.3
Brasil	54.7	3.8	0.5	59.0
Argentina	33.2	0.7	0.4	34.3
Total	400.2	66.3	5.8	472.3

	3T 06			
	Refrescos	Agua	Otros	Total
	217.6	52.7	2.6	272.9
	26.9	1.2	1.6	29.7
	43.5	5.5	0.7	49.7
	42.2	3.2	2.3	47.7
	58.9	4.5	0.6	64.0
	37.6	0.6	0.9	39.1
Total	426.7	67.7	8.7	503.1

MEZCLA POR PRESENTACION

Como porcentaje de volumen total

	3T 05			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafón
México	26.6	57.2	1.2	15.0
Centroamerica	41.6	54.3	4.1	-
Colombia	46.4	44.1	3.5	6.0
Venezuela	25.1	67.9	3.7	3.3
Brasil	8.6	87.7	3.7	-
Argentina	25.7	70.5	3.8	-

	3T 06			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafón
	26.8	57.5	1.2	14.5
	35.3	60.6	4.1	-
	43.9	47.4	3.0	5.7
	16.8	78.9	3.9	0.4
	9.7	86.6	3.7	-
	23.1	73.2	3.7	-

INFORMACION RELEVANTE

Por los nueve meses terminados al 30 de septiembre de 2006 y 2005

Expresado en millones de pesos mexicanos de poder adquisitivo al 30 de septiembre de 2006

	ACUM 05
Inversión en Activos fijos	1,146.1
Depreciación	1,009.4
Amortización y Otros cargos virtuales	897.3

	ACUM 06
Inversión en Activos fijos	1,812.6
Depreciación	1,123.3
Amortización y Otros cargos virtuales	1,043.6

VOLUMEN

Expresado en millones de cajas unidad

	ACUM 05			
	Refrescos	Agua	Otros	Total
México	607.7	156.1	4.9	768.7
Centroamerica	75.9	3.5	1.6	81.0
Colombia	115.7	16.0	0.2	131.9
Venezuela	111.8	11.7	6.4	129.9
Brasil	165.8	12.3	1.6	179.7
Argentina	102.7	1.8	1.1	105.6
Total	1,179.6	201.4	15.8	1,396.8

	ACUM 06			
	Refrescos	Agua	Otros	Total
	641.4	159.9	6.9	808.2
	79.6	3.8	4.2	87.6
	120.1	15.3	1.6	137.0
	115.8	10.6	6.4	132.8
	175.8	14.3	1.9	192.0
	113.1	1.7	2.0	116.8
Total	1,245.8	205.6	23.0	1,474.4

MEZCLA POR PRESENTACION

Como porcentaje de volumen total

	ACUM 05			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafón
México	26.9	56.5	1.2	15.4
Centroamerica	43.5	52.9	3.6	-
Colombia	47.5	43.0	3.4	6.1
Venezuela	25.2	68.4	3.1	3.3
Brasil	7.6	88.9	3.5	-
Argentina	26.7	69.8	3.5	-

	ACUM 06			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafón
	26.4	57.5	1.2	14.9
	35.7	60.3	4.0	-
	43.8	47.3	3.1	5.8
	19.3	75.4	3.6	1.7
	9.6	86.8	3.6	-
	24.9	71.7	3.4	-

Septiembre 2006

Información macroeconómica

	Inflación ⁽¹⁾			Tipo de Cambio (moneda local por U.S. Dólar) ⁽²⁾		
	12 M	Acum Año	3T 06	Sep 06	Sep 05	Dic 05
México	4.09%	2.47%	1.80%	11.0152	10.8131	10.7109
Colombia	4.58%	4.15%	1.10%	2,394.31	2,289.61	2,284.22
Venezuela	15.34%	12.53%	6.63%	2,150.00	2,150.00	2,150.00
Argentina	10.44%	6.55%	2.09%	3.1040	2.9100	3.0320
Brasil	3.20%	2.60%	0.29%	2.1742	2.2222	2.3407

⁽¹⁾ Fuente: La inflación mexicana es publicada por el *Banco de México*.

⁽²⁾ Los tipos de cambio al cierre del periodo son los oficiales publicados por cada Banco Central en cada país.