

FEMSA Reporta Crecimiento de Doble Dígito en Ingresos Totales y Rentabilidad para el 1T06

Monterrey, México, 28 de abril del 2006 — Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V. ("FEMSA") anuncia hoy sus resultados operativos y financieros para el primer trimestre del 2006.

Datos Sobresalientes:

- **FEMSA incrementó sus ingresos totales 15%, su utilidad de operaciones 14.5% y su utilidad neta mayoritaria 45%.** Todas las unidades operativas contribuyeron al excelente crecimiento.
- **Coca-Cola FEMSA incrementó su volumen de ventas totales en 6.4% y su utilidad de operación en 8%.** Brasil y México sobresalen con aumentos en volumen de ventas del 9% y 8%, respectivamente.
- **FEMSA Cerveza (excluyendo Kaiser) incrementó sus ingresos totales 11% y su utilidad de operación en 18%.** El volumen de ventas nacional incrementó 3.6% y el volumen de ventas de exportación incrementó 42%, gracias al fuerte crecimiento de ventas en Estados Unidos y a una comparación favorable.
- **Oxxo incrementó sus ingresos 19% impulsado por la apertura neta de 73 tiendas y un incremento en las ventas-mismas-tiendas de 7.4%.** Ahora contamos con más de 4,200 tiendas Oxxo en todo México.

Contactos para Inversionistas:

Alan Alanis
(52) 818-328-6211
alan.alanis@femsa.com.mx

Emily Klingbeil
(52) 818-328-6189
emily.klingbeil@femsa.com.mx

Contactos para Medios:

Jaime Toussaint
(52) 818-328-6202
jtouelo@femsa.com.mx

Carolina Alvear
(52) 818-328-6046
calvsev@femsa.com.mx

"Gracias al enfoque y determinación de nuestro equipo, hemos logrado empezar el 2006 con sólido crecimiento en todas nuestras unidades de negocio. Contamos con tendencias de consumo positivas en México y Brasil, que estamos aprovechando a través de mayores innovaciones y del fortalecimiento de nuestra ejecución en el mercado. Continuamos incrementando la colaboración entre nuestros negocios de refrescos, cerveza y tiendas de conveniencia. Estamos seguros que nuestra estrategia integrada de bebidas es la mejor forma de continuar creciendo en América Latina, y como empresa, estamos bien preparados para enfrentar los retos y oportunidades que se nos presenten en el futuro".

"Kaiser representa una importante adición a nuestra estrategia de bebidas en la región. Hemos avanzado en mejorar la eficiencia en las operaciones, identificar y atacar áreas de oportunidad, e implementar iniciativas que apuntan a competir rentablemente en el largo plazo dentro de ese mercado cervecero", comentó José Antonio Fernández Carbajal, director general y presidente del consejo de FEMSA.

FEMSA Consolidado

Los **ingresos totales** se incrementaron 15.2% ascendiendo a 27,525 millones de pesos en el 1T06. Este incremento fue principalmente impulsado por el crecimiento de 18.6% en los ingresos totales de la cadena de tiendas Oxxo, seguido por la inclusión de un trimestre completo de las operaciones de Kaiser, y el crecimiento de 10.7% en los ingresos totales de FEMSA Cerveza y de 7.9% de Coca-Cola FEMSA. Destaca el desempeño de las ventas de refrescos en México y Brasil, y de las de cerveza en México y Estados Unidos.

La **utilidad bruta** se incrementó 15.6% a 12,597 millones de pesos en el 1T06, resultando en un aumento de 20 puntos base en el margen bruto, el cual representó el 45.8% de los ingresos totales. La expansión del margen bruto en el trimestre fue resultado de una mejora de 180 puntos base en el margen bruto de FEMSA Cerveza, impulsado principalmente por el incremento en los volúmenes de ventas, un alto precio por hectolitro y el impacto de una fuerte apreciación del peso en el costo de las materias primas denominadas en dólares. Esta expansión fue compensada parcialmente por una mayor contribución en los resultados consolidados de las operaciones de las tiendas Oxxo y de la inclusión de las operaciones de Kaiser; y en menor medida, a una contracción de 20 puntos base en el margen bruto de Coca-Cola FEMSA.

La **utilidad de operación** se incrementó 14.5% a 3,269 millones de pesos en el 1T06, resultando en una disminución de 10 puntos base en el margen de operación para llegar a 11.9% de los ingresos totales. Esta ligera disminución fue atribuida principalmente al incremento en la contribución en nuestros resultados consolidados de la cadena de tiendas Oxxo y a la inclusión de Kaiser, ya que ambos tienen un menor margen que el resto de las operaciones. Esta disminución fue compensada parcialmente por una mejora en el margen de operación de 100 puntos base en FEMSA Cerveza y un margen de operación estable del 15.2% registrado en Coca-Cola FEMSA.

La **utilidad neta** se incrementó 42.7% ascendiendo a 1,648 millones de pesos en el 1T06. Este incremento resultó principalmente del fuerte crecimiento en utilidad de operación combinado con una disminución en gastos financieros y una reducción en la tasa efectiva de impuestos. La disminución de 9.7% en los gastos financieros resultó principalmente de una considerable reducción en el total de deuda. Estos factores fueron más que suficientes para compensar una menor ganancia por posición monetaria debido al impacto inflacionario en nuestra menor deuda neta, y a la pérdida cambiaria dada la reevaluación del peso mexicano contra el dólar estadounidense aplicado a nuestra deuda neta denominada en dólares. La tasa efectiva de impuestos para el trimestre fue de 34.5%.

La **utilidad neta mayoritaria** por Unidad¹ FEMSA fue de 0.92 pesos en el 1T06. La utilidad neta mayoritaria por cada ADS de FEMSA, usando un tipo de cambio de 10.95 pesos por dólar, fue de 0.84 dólares en el trimestre.

La **inversión en activo fijo** se incrementó 18.2% a 1,263 millones de pesos en el 1T06, reflejando principalmente el incremento de inversión en Coca-Cola FEMSA debido a la expansión de manufactura e inversiones de mercado en Latincentro y México, y a Oxxo por el crecimiento de nuevas tiendas, distribución directa y expansión de infraestructura.

Deuda neta consolidada. Al 31 de marzo del 2006, FEMSA registró un saldo de efectivo de 7,915 millones de pesos (723 millones de dólares), deuda a corto plazo de 1,661 millones de pesos (152 millones de dólares) y deuda a largo plazo de 33,861 millones de pesos (3,092 millones de dólares), para un saldo de deuda neta de 27,607 millones de pesos (2,521 millones de dólares), 32.8% menor en comparación al 31 de marzo del 2005, lo cual refleja una reducción en deuda de 11 mil 700 millones de pesos.

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 31 de marzo del 2005 fue 1,192,742,090, equivalente al número total de acciones en circulación a la misma fecha, dividido entre 5.

Refrescos – Coca-Cola FEMSA

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

Cerveza – FEMSA Cerveza

Con el fin de facilitar la comparación, en esta sección la información del 2006 excluye a Kaiser, la cual se discutirá por separado. La información de Kaiser y FEMSA Cerveza consolidado se presenta en las tablas anexas.

El **volumen de ventas nacional** aumentó 3.6% a 5.5 millones de hectolitros en el 1T06, como resultado principalmente de la fuerte demanda, la cual fue más que suficiente para compensar una comparación difícil con respecto al año pasado, puesto que la Semana Santa se celebró en el mes de marzo y en este año se llevó a cabo durante el mes de abril. Una vez más, el crecimiento fue impulsado por nuestras marcas *Tecate Light, Sol e Indio*.

El **volumen de ventas de exportación** aumentó 42.2% a 645 mil hectolitros en el 1T06, resultado principalmente del aumento de la demanda de nuestras marcas *Tecate* y *Dos Equis* en Estados Unidos, así como a una menor base de comparación con el año anterior, dada la transición con Heineken USA en el 1T05. En conjunto con Heineken USA, continuamos incrementando la cobertura y mercadeo para nuestras marcas en E.U.

Los **ingresos totales** se incrementaron 10.7% ascendiendo a 6,502 millones de pesos en el 1T06, resultado principalmente de un incremento de 9.8% en las ventas de cerveza y, en menor grado, al incremento del 16.7% en ventas de empaque, por el aumento de demanda de Coca-Cola FEMSA. Al crecimiento de ventas de cerveza contribuyeron positivamente los volúmenes de ventas totales así como el precio por hectolitro, los cuales registraron un incremento del 6.6% y 4.5%, respectivamente. A principios de enero del 2006, aumentamos el precio nacional en un promedio de 3.5%, lo cual combinado con el aumento en el precio implementado al final del primer trimestre del 2005, dio como resultado un 4.5% de aumento en el precio real nacional por hectolitro para el 1T06. El precio de exportación por hectolitro disminuyó 12% en el 1T06, debido principalmente a un promedio del 9% en la apreciación del peso en términos reales sobre nuestras ventas denominadas en dólares, y en menor medida, a un efecto combinado del alto crecimiento de nuestros volúmenes en la costa oeste de Estados Unidos, donde juegan un rol importante las presentaciones con un menor precio por litro, como la lata de Tecate de 24 onzas. La actividad promocional fue moderada durante el trimestre.

El **costo de ventas** aumentó 6.1% a 2,617 millones de pesos en el 1T06. Este incremento fue ligeramente por debajo del aumento en los volúmenes de ventas, debido al efecto neto de la mejora en la absorción del costo fijo y a eficiencias de operación en combinación con la apreciación del peso mexicano contra el dólar estadounidense en términos reales, los cuales fueron más que suficientes para compensar el aumento en los precios de algunas importantes materias primas, tales como el aluminio y la energía. La utilidad bruta se incrementó 14% ascendiendo a 3,885 millones de pesos en el 1T06, logrando una expansión de 180 puntos base del margen bruto, alcanzando 59.8% de los ingresos totales.

La **utilidad de operación** se incrementó 18.4% ascendiendo a 976 millones de pesos en el 1T06. Este aumento refleja un incremento en los ingresos totales y un bajo costo de ventas que compensó el incremento en los gastos de venta durante el trimestre. Los gastos de operación aumentaron 12.5% a 2,909 millones de pesos alcanzando 44.8% de los ingresos totales en el 1T06, es decir 80 puntos base más en comparación con el 1T05. Específicamente, los gastos de administración alcanzaron 890 millones de pesos, representando un incremento de 10.1% sobre los niveles del 1T05; sin embargo, esta cantidad es consistente con los últimos tres trimestres del 2005. Los gastos de venta aumentaron 13.6% a 2,019 millones de pesos, impulsados por programas orientados a fortalecer nuestra posición competitiva a largo plazo en México, como innovación de producto, esfuerzos para creación de valor de marca y aumento de la disponibilidad de nuestras cervezas. A pesar de este efecto, registramos 100 puntos base de expansión en el margen de operación, alcanzando 15% de los ingresos totales.

Kaiser

El 13 de enero del 2006, adquirimos el control de Cervejarias Kaiser en Brasil. La información en este comunicado de prensa es para los primeros tres meses del 2006 de Kaiser como parte de FEMSA Cerveza.

En el 1T06, los ingresos totales de Kaiser alcanzaron 966 millones de pesos, con un volumen de ventas de 2.0 millones de hectolitros. El costo de ventas ascendió a 534 millones de pesos, resultando en un margen bruto de 44.7% de las ventas totales. Los gastos de operación alcanzaron 336 millones de pesos representando 34.8% de las ventas totales, con gastos de administración de 100 millones de pesos y gastos de ventas de 236 millones de pesos. La utilidad de operación alcanzó 96 millones de pesos en el 1T06, resultando en un margen de operación de 9.9%.

Durante el trimestre, cerramos el centro de ventas y distribución de Kaiser en São Paulo, y establecimos talleres de entrenamiento de ventas de cerveza para la fuerza de ventas de KOF, que ahora son los responsables de las ventas de Kaiser en São Paulo. Creamos equipos de trabajo para desarrollar un plan de acción de corto plazo para identificar oportunidades y diseñar iniciativas con nuestras marcas existentes, y al mismo tiempo, establecimos procesos para analizar y diseñar estrategias de negocio de largo plazo con enfoque en la definición de un portafolio efectivo de marcas.

Nuestro enfoque inicial es recuperar la rentabilidad de Kaiser, así como estabilizar su posición competitiva, el volumen de ventas y la escala operativa. Mientras nuestros esfuerzos principales ayudaron a mejorar la rentabilidad en el primer trimestre, esperamos incrementar el nivel de inversiones dirigidas a generar valor de marca y reforzar el mercadeo durante el resto del año.

Tiendas Oxxo – FEMSA Comercio

Los **ingresos totales** se incrementaron 18.6% ascendiendo a 7,523 millones de pesos en el 1T06. Este incremento fue resultado principalmente de la apertura neta de 73 nuevas tiendas Oxxo en el trimestre y de 651 nuevas tiendas Oxxo durante los últimos doce meses, para llegar a un total de 4,214 Oxxos en todo el país.

Las ventas-mismas-tiendas de Oxxo se incrementaron en un promedio de 7.4%. Este crecimiento refleja el rápido ritmo de expansión y la fuerte actividad promocional, los cuales conducen a un incremento en el tráfico de nuestras tiendas. Específicamente, obtuvimos buenos resultados en las ventas-mismas-tiendas durante el mes de marzo, a pesar del efecto negativo debido a la celebración de Semana Santa en el segundo trimestre del 2006, lo que demuestra el éxito de nuestros esfuerzos por optimizar la mezcla de producto dentro de las tiendas Oxxo.

Los costos de ventas se incrementaron 18% a 5,574 millones de pesos en el 1T06, resultando en una mejora de 40 puntos base en el margen bruto, alcanzando 25.9% de los ingresos totales. Este incremento fue resultado de mejores términos de compra y esfuerzos coordinados con nuestros proveedores, para ofrecer a nuestros clientes las mejores promociones y los mejores productos.

La **utilidad de operación** se incrementó 4% ascendiendo a 183 millones de pesos en el 1T06, resultando en una disminución de 40 puntos base en el margen de operación, alcanzando 2.4% de los ingresos totales. Los gastos de operación aumentaron 22.3% a 1,766 millones de pesos. Los gastos de administración aumentaron 18% a 157 millones de pesos, permaneciendo en línea con el crecimiento de los ingresos totales. La presión al margen de operación se debió al incremento del 22.7% en los gastos de ventas, los cuales alcanzaron 1,609 millones de pesos en el 1T06. Este incremento se debió parcialmente a un aumento en los gastos relacionados a la mejora de capacidad en la distribución directa, así como al cierre de algunos centros de distribución existentes; al final del año contaremos con 8 centros de distribución en el país, todos construidos durante los últimos cinco años. Los gastos de venta también fueron impactados por los costos relacionados con la expansión de tiendas Oxxo del año pasado, tales como incrementos en la compensación basada en el desempeño y la adición de nuevo personal para laborar en las nuevas oficinas en Colima, Tapachula y Tuxtla Gutiérrez. Finalmente, observamos un aumento en los costos de electricidad por tienda, como resultado de aumento en tarifas, altas temperaturas y un incremento en el consumo de energía a medida que aumentamos nuestra disponibilidad de alternativas de comida rápida.

INFORMACIÓN PARA LA CONFERENCIA TELEFÓNICA:

La conferencia telefónica del Primer Trimestre del 2006 se llevará a cabo el viernes 28 de abril del 2006 a la 1:30 P.M. Tiempo de México (2:30 P.M. Tiempo de Nueva York). Para participar en la conferencia, por favor marque: (913) 981-5581. 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 4 de mayo del 2006. Para escuchar la grabación marque: (719) 457-0820, Clave: 4387851.

Se presentó cierta información financiera no auditada de FEMSA para el primer trimestre del 2006 comparada con el primer trimestre 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 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 los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México ("PCGA Mexicanos"), consecuentemente están expresadas en pesos mexicanos constantes ("Pesos" o "Ps") con poder adquisitivo al 31 de marzo 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 10.951 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 seis páginas de tablas y Comunicado de Prensa de Coca-Cola FEMSA

FEMSA
Estado de Resultados Consolidado
Millones de pesos

	Por el primer trimestre de:				
	2006	% Integral	2005	% Integral	% Crecimiento
Ventas netas	27,429	99.7	23,749	99.4	15.5
Otros ingresos de operación	96	0.3	146	0.6	(34.2)
Ingresos Totales	27,525	100.0	23,895	100.0	15.2
Costo de ventas	14,928	54.2	13,002	54.4	14.8
Utilidad bruta	12,597	45.8	10,893	45.6	15.6
Gastos de administración	1,982	7.2	1,705	7.1	16.2
Gastos de venta	7,346	26.7	6,332	26.5	16.0
Gastos de operación	9,328	33.9	8,037	33.6	16.1
Utilidad de operación	3,269	11.9	2,856	12.0	14.5
Gasto financiero	(964)		(1,067)		(9.7)
Producto financiero	161		124		29.8
Gasto financiero, neto	(803)		(943)		(14.8)
Fluctuación cambiaria	(186)		(30)		N.S.
Ganancia por posición monetaria	232		319		(27.3)
Costo integral de financiamiento	(757)		(654)		15.7
Otros (gastos) productos	3		(126)		N.S.
Utilidad antes de impuestos	2,515		2,076		21.1
Impuestos	(867)		(921)		(5.9)
Utilidad neta consolidada	1,648		1,155		42.7
Utilidad mayoritaria	1,098		756		45.2
Utilidad minoritaria	550		399		37.8

EBITDA y CAPEX

Utilidad de operación	3,269	11.9	2,856	12.0	14.5
Depreciación	959	3.5	887	3.7	8.1
Amortización y otros	891	3.2	776	3.2	14.8
EBITDA	5,119	18.6	4,519	18.9	13.3
Inversión en activo fijo	1,263		1,068		18.2

RAZONES FINANCIERAS

	2006	2005	Var. p.p.
Liquidez ⁽¹⁾	0.97	0.80	0.17
Cobertura de intereses ⁽²⁾	6.37	4.79	1.58
Apalancamiento ⁽³⁾	0.99	1.33	(0.35)
Capitalización ⁽⁴⁾	35.28%	50.19%	(14.91)

⁽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 31 de marzo del:
(Millones de Pesos constantes del 31 de marzo del 2006)

ACTIVOS	2006	2005	% Crecimiento
Efectivo y valores de realiz. inmediata	7,915	6,164	28.4
Cuentas por cobrar	5,292	5,578	(5.1)
Inventarios	6,597	5,613	17.5
Pagos anticipados y otros	2,171	1,739	24.8
Total activo circulante	21,975	19,094	15.1
Propiedad, planta y equipo, neto	48,732	46,979	3.7
Activos intangibles ⁽¹⁾	50,989	47,802	6.7
Cargos diferidos	8,224	7,099	15.8
Otros activos	2,768	3,186	(13.1)
TOTAL ACTIVOS	132,688	124,160	6.9

PASIVOS Y CAPITAL CONTABLE

Préstamos bancarios C.P.	1,661	6,385	(74.0)
Vencimientos del pasivo L.P. a C.P.	4,211	3,569	18.0
Intereses por pagar	448	482	(7.1)
Pasivo de operación	16,307	13,453	21.2
Total pasivo circulante	22,627	23,889	(5.3)
Préstamos bancarios	29,650	37,268	(20.4)
Impuestos diferidos	3,475	4,225	(17.8)
Obligaciones laborales	2,517	2,093	20.3
Otros pasivos	7,600	3,433	121.4
Total pasivos	65,869	70,908	(7.1)
Total capital contable	66,819	53,252	25.5
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	132,688	124,160	6.9

⁽¹⁾ Incluye los activos intangibles generados por la adquisición de Panamco, del 30% de FEMSA Cerveza y del 68% de Kaiser.

Mezcla de monedas y tasas	Marzo 31, 2006		
	Ps.	% Integral	Tasa Promedio
Contratado en:			
Pesos mexicanos	26,931	75.8%	9.7%
Dólares	7,051	19.9%	7.2%
Reales	508	1.4%	18.0%
Bolivares Venezolanos	427	1.2%	12.0%
Pesos Colombianos	379	1.1%	8.3%
Pesos Argentinos	226	0.6%	9.1%
Deuda total	35,522	100.0%	9.3%
Tasa fija ⁽¹⁾	31,040	87.4%	
Tasa variable ⁽¹⁾	4,482	12.6%	

% de la Deuda total	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012+
Vencimientos de la deuda	14.4%	11.0%	17.5%	19.2%	13.8%	3.4%	20.7%

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

Coca-Cola FEMSA
Resultados de Operación
Millones de pesos

Por el primer trimestre de:

	2006	% Integral	2005	% Integral	% Crecimiento
Ventas netas	12,714	99.6	11,730	99.2	8.4
Otros ingresos de operación	51	0.4	98	0.8	(48.0)
Ingresos totales	12,765	100.0	11,828	100.0	7.9
Costo de ventas	6,642	52.0	6,132	51.8	8.3
Utilidad bruta	6,123	48.0	5,696	48.2	7.5
Gastos administración	745	5.8	698	5.9	6.6
Gastos venta	3,442	27.0	3,204	27.1	7.4
Gastos operación	4,187	32.8	3,902	33.0	7.3
Utilidad de operación	1,936	15.2	1,794	15.2	7.9
Depreciación	351	2.7	322	2.7	9.0
Amortización y otros	304	2.4	288	2.4	5.6
EBITDA	2,591	20.3	2,404	20.3	7.8
Inversión en activo fijo	421		195		115.9

Volumen de ventas
(Millones de cajas unidad)

	2006	% Integral	2005	% Integral	% Crecimiento
México	246.0	52.8	227.7	52.0	8.0
Centroamérica	27.9	6.0	26.1	6.0	7.0
Colombia	42.1	9.0	42.2	9.6	(0.4)
Venezuela	41.0	8.8	40.4	9.2	1.5
Brasil	67.8	14.6	62.1	14.2	9.2
Argentina	41.2	8.9	39.3	9.0	4.8
Total Coca-Cola FEMSA	465.9	100.0	437.8	100.0	6.4

FEMSA Cerveza
Resultados de Operación
Millones de pesos
Por el primer trimestre de:

	FEMSA Cerveza					Kaiser		Total FEMSA Cerveza	
	2006	% Integral	2005	% Integral	% Crecimiento	2006	% Integral	2006	% Integral
Ventas nacionales de cerveza	5,149	79.2	4,757	81.0	8.2				
Ventas de exportación de cerveza	622	9.6	497	8.4	25.2				
Ventas de cerveza	5,771	88.8	5,254	89.4	9.8				
Ventas de empaque	684	10.5	586	10.0	16.7				
Ventas netas	6,455	99.3	5,840	99.4	10.5	966	100.0	7,421	99.4
Otros ingresos de operación	47	0.7	35	0.6	34.3	-	-	47	0.6
Ingresos totales	6,502	100.0	5,875	100.0	10.7	966	100.0	7,468	100.0
Costo de ventas	2,617	40.2	2,466	42.0	6.1	534	55.3	3,151	42.2
Utilidad bruta	3,885	59.8	3,409	58.0	14.0	432	44.7	4,317	57.8
Gastos de administración	890	13.7	808	13.8	10.1	100	10.4	990	13.3
Gastos de venta	2,019	31.1	1,777	30.2	13.6	236	24.4	2,255	30.1
Gastos de operación	2,909	44.8	2,585	44.0	12.5	336	34.8	3,245	43.4
Utilidad de operación	976	15.0	824	14.0	18.4	96	9.9	1,072	14.4
Depreciación	351	5.4	375	6.4	(6.4)	28	2.9	379	5.1
Amortización y otros	573	8.8	511	8.7	12.1	10	1.1	583	7.7
EBITDA	1,900	29.2	1,710	29.1	11.1	134	13.9	2,034	27.2
Inversión en activo fijo	575		656		(12.3)	5		580	
Volumen de ventas									
(Miles de hectolitros)									
Nacional	5,514.3	89.5	5,324.9	92.2	3.6	-	-	5,514.3	67.2
Exportación	644.9	10.5	453.4	7.8	42.2	-	-	644.9	7.9
Brasil	-	-	-	-	-	2,044.0	100.0	2,044.0	24.9
Total	6,159.1	100.0	5,778.3	100.0	6.6	2,044.0	100.0	8,203.1	75.1
Precio por hectolitro									
Nacional	933.8		893.4		4.5	-			
Exportación	964.5		1,096.2		(12.0)	-			
Brasil	-		-		-	472.6			
Total	937.0		909.3		3.0	472.6			

FEMSA Comercio
Resultados de Operación
Millones de pesos

	Por el primer trimestre de:				
	2006	% Integral	2005	% Integral	% Crecimiento
Ventas netas	7,523	100.0	6,344	100.0	18.6
Otros ingresos de operación	-	-	-	-	-
Ingresos totales	7,523	100.0	6,344	100.0	18.6
Costo de ventas	5,574	74.1	4,724	74.5	18.0
Utilidad bruta	1,949	25.9	1,620	25.5	20.3
Gastos de administración	157	2.1	133	2.1	18.0
Gastos de venta	1,609	21.4	1,311	20.6	22.7
Gastos de operación	1,766	23.5	1,444	22.7	22.3
Utilidad de operación	183	2.4	176	2.8	4.0
Depreciación	95	1.3	79	1.2	20.3
Amortización y otros	84	1.1	65	1.0	29.2
EBITDA	362	4.8	320	5.0	13.1
Inversión en activo fijo	237		173		37.0

Información de Tiendas de Conveniencia

Tiendas totales	4,214	3,563	18.3
Tiendas nuevas:			
vs. marzo año anterior	651	666	(2.3)
vs. diciembre año anterior	73	97	(24.7)
Mismas tiendas: ⁽¹⁾			
Ventas (miles de pesos)	568.5	529.5	7.4
Tráfico	20.5	19.2	6.4
Ticket	27.8	27.5	0.9

⁽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	
	Marzo 05 - Marzo-06	Diciembre 05 - Marzo-06	Por USD	Por Peso
México	3.41%	0.87%	10.9510	1.0000
Colombia	4.11%	1.92%	2,289.9800	0.0048
Venezuela	12.15%	1.33%	2,150.0000	0.0051
Brasil	4.51%	2.18%	2.1724	5.0410
Argentina	11.11%	2.38%	3.0820	3.5532



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 Inversionistas

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

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

Oscar García
oscar.garcia@kof.com.mx
(5255) 5081-5186

Website:
www.coca-colafemsa.com

2006 RESULTADOS PRIMER TRIMESTRE

	Primer Trimestre			Primer Trimestre	
	2006	2005	Δ%	2006	2005
Ingresos Totales	12,765	11,828	7.9%	% de Ing. Tot.	
Utilidad Bruta	6,123	5,696	7.5%	48.0%	48.2%
Utilidad de Operación	1,936	1,794	7.9%	15.2%	15.2%
Utilidad Neta Mayoritaria	909	721	26.1%	7.1%	6.1%
Flujo Operativo ⁽¹⁾	2,591	2,404	7.8%	20.3%	20.3%
Deuda Neta ⁽²⁾⁽³⁾	17,425	18,194			
Flujo Operativo ⁽¹⁾ / Gastos Financieros	4.87	4.20			
Utilidad Neta Mayoritaria por Acción	0.49	0.39			
Promedio de Acciones en Circulación	1,846.5	1,846.5			

Expresado en millones de Pesos mexicanos de Poder Adquisitivo al 31 de marzo de 2006, excepto Utilidad Neta Mayoritaria por Acción.

(1) Flujo Operativo = Utilidad de Operación + Depreciación + Amortización + Otros Cargos Virtuales. Ver tabla de reconciliaciones en la página 10.

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

(3) Deuda Neta = Deuda Total - Caja

- Los ingresos totales en el primer trimestre de 2006 incrementaron 7.9% a Ps. 12,765 millones, como resultado principalmente de crecimiento en México y Brasil.
- La utilidad de operación consolidada creció 7.9% a Ps. 1,936 millones, permaneciendo estable como porcentaje de los ingresos totales en 15.2% en el primer trimestre de 2006.
- La utilidad neta mayoritaria consolidada aumentó 26.1% a Ps. 909 millones, principalmente por un cargo a resultados no recurrente en 2005. La utilidad por acción fue de Ps. 0.49 en el primer trimestre de 2006. Excluyendo este cargo no recurrente la utilidad neta mayoritaria hubiera crecido 7.8%.

Ciudad de México (27 de Abril de 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 primer trimestre de 2006.

“Nuestro desempeño durante el primer trimestre refleja la fortaleza de nuestro modelo de negocios. En el trimestre, obtuvimos crecimiento en el volumen de ventas de refrescos en todos nuestros territorios debido a nuestro sólido portafolio de productos y empaques, nuestra sofisticada estrategia de multisegmentación y nuestra ejecución de mercado disciplinada. Consideramos que nuestro desempeño se ve reflejado en el valor creciente de mercado de nuestra compañía,” comentó Carlos Salazar, Director General de la Compañía.

RESULTADOS CONSOLIDADOS

Nuestros ingresos consolidados incrementaron 7.9% a Ps. 12,765 millones en el primer trimestre de 2006 como resultado de incrementos en la mayoría de nuestros territorios con la excepción de Argentina. Más de 80% de nuestro crecimiento en ingresos provino de México y Brasil. El precio promedio por caja unidad consolidado excluyendo cerveza aumentó ligeramente a Ps. 26.90 en el primer trimestre de 2006, comparado con Ps. 26.79 del mismo periodo del año anterior, debido al incremento en los precios promedio de Colombia, Venezuela y Brasil.

El volumen total de ventas excluyendo cerveza creció 6.4% a 466.0 millones de cajas unidad en el primer trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo de 2005, como resultado principalmente del crecimiento en México y Brasil. El volumen de ventas de refrescos incrementó 5.4% a 394.2 millones de cajas unidad, debido a volúmenes incrementales a lo largo de nuestros territorios.

Nuestra utilidad bruta aumentó 7.5% a Ps. 6,123 millones en el primer trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo de 2005; México y Brasil representaron la mayoría de nuestro crecimiento. El margen bruto disminuyó ligeramente a 48.0% en el primer trimestre de 2006 de 48.2% en el mismo periodo de 2005, debido a presiones de costos en todos nuestros territorios, excepto en México y Argentina.

Nuestra utilidad de operación consolidada incrementó 7.9% a Ps. 1,936 millones en el primer trimestre de 2006, como resultado de crecimiento de la utilidad de operación de México, Brasil y Colombia. Nuestro margen de operación permaneció estable en 15.2% en el primer trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo de 2005.

Durante el primer trimestre de 2006, nuestro costo integral de financiamiento incrementó a Ps. 479 millones de Ps. 304 millones en el mismo periodo de 2005, debido principalmente a la pérdida cambiaria como resultado de la depreciación del peso mexicano frente al US dólar, aplicada a nuestra posición pasiva neta denominada en dólares.

Durante el primer trimestre de 2006, la tasa efectiva de impuestos fue de 36.0%, una disminución de 920 puntos base comparado con el mismo periodo del año anterior. La tasa efectiva estuvo afectada en 2005 por un pago no recurrente en México relacionado con la revisión hecha por las autoridades fiscales a pagos hechos durante 2004, en relación a un cambio de criterio que requiere que los refrigeradores sean tratados como activos fijos con vidas útiles definidas

Nuestra utilidad neta mayoritaria consolidada fue de Ps. 909 millones en el primer trimestre de 2006, un incremento de 26.1% comparado con el mismo periodo de 2005, como resultado principalmente del cargo de impuestos a ingresos durante 2005 mencionado anteriormente. La utilidad neta por acción ("UPA") fue de Ps. 0.49 (US\$ 0.45 por ADR) calculada con base a 1,846.5 millones de acciones en circulación (cada ADR representa 10 acciones locales). Excluyendo el pago no recurrente por la cantidad de Ps. 122 millones durante 2005, relacionado al cambio de criterio que requiere que los refrigeradores sean tratados como activos fijos con vidas útiles definidas, la utilidad neta hubiera crecido 7.8%.

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO

Al 31 de marzo de 2006, el saldo en caja de Coca-Cola FEMSA fue de Ps. 3,007 millones (US\$ 276 millones), un incremento de Ps. 896 millones (US\$ 82 millones) comparado con el 31 de diciembre de 2005, como resultado de flujo de efectivo generado por la operaciones durante el trimestre. La deuda a corto plazo fue de Ps. 4,658 millones (US\$ 427 millones) y la deuda a largo plazo fue de Ps. 15,774 millones (US\$ 1,447 millones). La deuda bruta permaneció estable durante el trimestre.

El costo promedio de la deuda durante el cuarto trimestre fue de 8.94%, la siguiente tabla muestra la composición de la deuda por moneda y tasa de interés, al 31 de marzo de 2006:

Moneda	% Deuda Total ⁽²⁾	% Tasa de Interés Variable ⁽²⁾
Pesos mexicanos	59%	0%
U.S. dólares	30%	11%
Pesos colombianos	8%	23%
Otros ⁽¹⁾	3%	23%

⁽¹⁾ Incluye el equivalente a US\$ 39.0 millones denominado en bolívares venezolanos y US\$ 25.4 millones denominados en pesos argentinos.

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

Estado de Cambios en la Situación Financiera Consolidado

Expresado en millones de Pesos mexicanos y U.S. dólares al 31 de marzo de 2006

	<i>Ene - Mzo 2006</i>	
	<i>Ps.</i>	<i>USD</i>
Utilidad neta	945	87
Cargos virtuales	725	67
	1,670	154
Cambios en el capital de trabajo	527	48
RNGO⁽¹⁾	2,197	202
Recursos netos utilizados en actividades de inversión	(420)	(39)
Decreto de dividendos	(694)	(64)
Deuda	141	13
Otras transacciones financieras	61	6
Impuestos diferidos y otros	(389)	(36)
Incremento neto en efectivo	896	82
Efectivo al inicio del periodo	2,111	194
Efectivo al final del periodo	3,007	276

⁽¹⁾ Recursos netos generados por la operación

RESULTADOS DE OPERACIÓN EN MÉXICO

Ingresos

Los ingresos totales de nuestras operaciones en México incrementaron 7.1% a Ps. 6,769 millones en el primer trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo del año anterior, debido al crecimiento del volumen de ventas. El precio promedio por caja unidad disminuyó 1.0% a Ps. 27.34 (US\$ 2.51) durante el primer trimestre de 2006, como resultado de un fuerte crecimiento de volumen de agua en garrafón y de *Mundet* y *Fanta Multisabores*, los cuales tienen un menor precio promedio por caja unidad. Excluyendo el volumen de agua *Ciel* en las presentaciones de 5.0, 19.0 y 20.0-litros nuestro precio promedio fue de Ps. 31.65 (US\$ 2.90) una disminución de 0.7% en el primer trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo de 2005.

El volumen total de ventas aumentó 8.0% a 246.0 millones de cajas unidad en el primer trimestre de 2006, comparado con el primer trimestre de 2005. Los crecimientos en volumen de ventas de refrescos y agua en garrafón representaron 70% y cerca de 20% de nuestro volumen incremental, respectivamente. El volumen de ventas de refrescos creció 7.2% comparado con el mismo periodo del año anterior, la marca *Coca-Cola* representó aproximadamente 60% de este crecimiento y *Mundet* y *Fanta Multisabores* representaron la mayoría de la diferencia. Excluyendo el agua natural embotellada, el segmento de bebidas no carbonatadas aumentó 58.3% en el primer trimestre de 2006 de una pequeña base de comparación en el 2005, debido principalmente al crecimiento de *Ciel Aquarius*, nuestra marca de agua saborizada sin calorías.

Utilidad de Operación

Nuestra utilidad bruta incrementó 9.6% a Ps. 3,591 millones en el primer trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo de 2005, resultando en una expansión del margen bruto de 120 puntos base a 53.0%. Esta mejora fue resultado de menores costos en US dólares de la resina de polietileno de tereftalato ("PET"), menores costos de edulcorante y la apreciación del peso mexicano año contra año aplicada a nuestros costos denominados en US dólares.

Los gastos de operación por caja unidad permanecieron estables y los gastos de operación como porcentaje de los ingresos totales incrementaron 20 puntos base a 34.1% en el primer trimestre de 2006, de 33.9% en el mismo periodo de 2005. Los gastos de depreciación y amortización incrementaron a Ps. 404 millones, reflejando mayores gastos de depreciación que continuaran por la introducción de refrigeradores en el mercado a finales del año pasado. La utilidad de operación creció 13.5% a Ps. 1,284 millones en el primer trimestre de 2006, resultando en una expansión del margen de operación de 110 puntos base a 19.0% en el trimestre.

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

Ingresos

Los ingresos totales incrementaron 5.9% a Ps. 918 millones en el primer trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo de 2005, como resultado principalmente de crecimiento en el volumen de ventas. El precio promedio por caja unidad disminuyó 1.9% a Ps. 32.55 (US\$ 2.99) durante el primer trimestre de 2006 como resultado del ambiente competitivo.

El volumen total de ventas en nuestro territorio de Centroamérica creció 6.9% a 27.9 millones de cajas unidad en el primer trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo de 2005. Los crecimientos de volumen de refrescos representaron aproximadamente el 50% de este crecimiento, debido principalmente a un fuerte crecimiento de nuestros refrescos de sabores en la mayoría de los territorios.

Utilidad de Operación

A pesar de precios de azúcar más altos y un mayor costo de empaque resultado del cambio en la mezcla de empaque hacia presentaciones no retornables, las cuales representaron 64.2% de nuestro volumen total de ventas en el primer trimestre de 2006 comparado con 54.4% en el mismo periodo de 2005, nuestra utilidad bruta aumentó 1.3% a Ps. 425 millones en el primer trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo del año anterior. Este incremento fue resultado de un apalancamiento operativo debido a mayores ingresos

Nuestros gastos de operación disminuyeron como porcentaje de los ingresos totales de 35.1% en el primer trimestre de 2005 a 33.8% en el mismo periodo de 2006, como resultado de una mayor absorción de costos fijos. Sin embargo, nuestra utilidad de operación permaneció estable en Ps. 115 millones en el primer trimestre de 2006, resultando en un margen de operación de 12.5%.

RESULTADOS DE OPERACIÓN EN COLOMBIA

Ingresos

Los ingresos totales incrementaron 2.6% a Ps. 1,160 millones en el primer trimestre de 2006, comparado con el primer trimestre de 2005, debido principalmente al crecimiento del precio promedio por caja unidad. El precio promedio por caja unidad aumentó 2.8% a Ps. 27.55 (US\$ 2.53) como resultado principalmente de incrementos de precio implementados durante la segunda mitad del 2005.

A pesar de mayores precios por caja unidad nuestro volumen total de ventas permaneció estable en el primer trimestre de 2006 en 42.1 millones de cajas unidad, comparado con el mismo periodo del año anterior. El ligero incremento en refrescos, impulsado por la marca *Coca-Cola*, compensó parcialmente la disminución en el segmento de bebidas no carbonatadas.

Utilidad de Operación

La utilidad bruta creció 2.2% a Ps. 516 millones en el primer trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo del año anterior, resultando en un margen bruto de 44.5%. Nuestro margen bruto permaneció relativamente estable, a pesar de mayores precios de azúcar y mayores costos de empaque como resultado de un cambio en la mezcla de empaques hacia presentaciones no retornables, las cuales representaron 49.0% de nuestro volumen total de ventas en el primer trimestre de 2006, comparado con 44.1% en el mismo periodo del año anterior.

Nuestros gastos de operación permanecieron estables y como porcentaje de los ingresos totales disminuyeron 100 puntos base a 34.8%, en el primer trimestre de 2006, como resultado de menores costos de flete y una reducción en los gastos de rotura. Nuestra utilidad de operación aumentó 11.4% a Ps. 112 millones, resultando en una expansión del margen de operación de 80 puntos base de 8.9% en el primer trimestre de 2005 a 9.7% en el mismo periodo de 2006.

RESULTADOS DE OPERACIÓN EN VENEZUELA

Ingresos

Los ingresos de nuestras operaciones en Venezuela incrementaron 8.2% a Ps. 1,287 millones en el primer trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo de 2005. El aumento del precio promedio por caja unidad representó más del 75% de nuestro crecimiento en ingresos. Nuestro precio promedio por caja unidad creció 6.4% a Ps. 31.29 (US\$ 2.87), como resultado principalmente de incrementos de precio implementados durante el trimestre y durante la segunda mitad del año pasado y un cambio en la mezcla de empaque hacia presentaciones personales.

El volumen total de ventas aumentó 1.5% a 41.0 millones de cajas unidad durante el primer trimestre de 2006, comparado con el mismo trimestre de 2005, como resultado principalmente de un crecimiento de refrescos, el cual representó más del 60% del volumen de ventas incremental y nuestro segmento de bebidas no carbonatadas representó el balance.

Utilidad de Operación

La utilidad bruta permaneció estable en Ps. 495 millones en el primer trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo del año anterior. Como porcentaje de los ingresos totales, nuestro margen bruto disminuyó a 38.4% en el primer trimestre de 2006 de 41.7% en el mismo periodo de 2005. Esta disminución fue resultado de mayores costos de materias primas y mayores costos de empaque como resultado de un cambio en la mezcla de empaques hacia presentaciones no retornables, las cuales crecieron como porcentaje del volumen total de ventas a 76.1% en el primer trimestre de 2006 de 72.3% en el mismo periodo de 2005.

Los gastos de operación incrementaron 13.7% a Ps. 481 millones en el primer trimestre de 2006, como resultado de incremento salariales implementados durante los últimos doce meses combinado con mayores gastos por flete y de mantenimiento. La utilidad de operación fue de Ps. 14 millones durante el primer trimestre de 2006, resultando en un margen de operación de 1.1%.

RESULTADOS DE OPERACIÓN EN ARGENTINA

Ingresos

En el primer trimestre de 2006, nuestros ingresos totales disminuyeron 3.1% a Ps. 748 millones, comparado con el mismo periodo de 2005. Los incrementos de precios implementados durante 2005, no pudieron compensar la inflación de los últimos doce meses, resultando en una disminución de 4.3% en el precio promedio por caja unidad a Ps. 17.90 (US\$ 1.64).

El volumen total de ventas creció 4.8% a 41.2 millones de cajas unidad, impulsado principalmente por el incremento en los volúmenes de ventas de la marca *Coca-Cola* y nuestro segmento de bebidas no carbonatadas. Los refrescos incrementaron un 4.2% principalmente por la marca *Coca-Cola* y nuestros refrescos de sabores principales. El segmento de bebidas no carbonatadas mostró un fuerte crecimiento del 30.0%, impulsado por las marcas *Cepita* y *Dasani*.

Utilidad de Operación

Nuestra utilidad bruta incrementó ligeramente a Ps. 298 millones, comparado con el primer trimestre de 2005. El margen bruto como porcentaje de los ingresos totales mejoró de 38.3% en el primer trimestre de 2005 a 39.8% en el mismo periodo de 2006, como resultado principalmente de menores costos de materias primas.

Los gastos de operación aumentaron 17.4% principalmente debido a mayores salarios y a incrementos de costos por flete a nivel industria en el primer trimestre de 2006, comparado con el mismo trimestre de 2005. La utilidad de operación fue Ps. 103 millones en el primer trimestre de 2006, resultando en un margen de operación de 13.8%.

RESULTADOS DE 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, Coca-Cola FEMSA acordó continuar distribuyendo el portafolio de cervezas de Kaiser y asumir la función de ventas en São Paulo, Brasil, consistente con los acuerdos establecidos antes del 2004. El volumen de venta de cerveza no será incluido en nuestro volumen de ventas para el periodo de 2006, sin embargo los ingresos y costos estarán registrados en nuestro estado de resultados. En 2005, no incluimos la cerveza que distribuimos en Brasil en nuestro volumen de ventas y en ventas netas. En su lugar, la cantidad que recibimos por la distribución de cerveza en Brasil, fue incluida en otros ingresos de operación.

Ingresos

Las ventas netas aumentaron 24.8% a Ps. 1,901 millones en el primer trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo de 2005. Excluyendo cerveza, las ventas netas incrementaron 13.2% a Ps. 1,724 millones en el primer trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo de 2005, con el crecimiento en el volumen de ventas representando aproximadamente el 70% de este crecimiento. Excluyendo cerveza, el precio promedio por caja unidad aumentó 3.7% a Ps. 25.42 (US\$ 2.33) durante el primer trimestre de 2006, impulsado por incremento de precio implementados durante el cuarto trimestre del año pasado y un cambio en la mezcla de empaques hacia presentaciones personales, las cuales tienen un mayor precio por caja unidad. Los ingresos totales de cerveza fueron Ps. 177 millones.

El volumen de ventas excluyendo cerveza creció 9.2% a 67.8 millones de cajas unidad en el primer trimestre de 2006. Este incremento incluyó un crecimiento de refrescos del 7.2%, impulsado principalmente por la marca *Coca-Cola* en presentaciones retornables, las cuales representaron más del 50% de nuestro volumen incremental y los refrescos premium bajos en calorías y el agua embotellada representaron la mayoría del balance.

Utilidad de Operación

En el primer trimestre de 2006, nuestra utilidad bruta incrementó 14.8% a Ps. 827 millones, comparado con el mismo periodo del año anterior, a pesar de mayores presiones en los precios del azúcar que fueron compensadas por la apreciación del Real brasileño año contra año aplicada a nuestros costos denominados en US dólares y eficiencias de manufactura. El margen bruto disminuyó de 46.0% a 43.2%, una reducción en el margen de 280 puntos en el primer trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo de 2005, como resultado principalmente de mayores ingresos debido a la incorporación de los ingresos de cerveza en nuestro estado financiero durante 2006, como se menciona anteriormente.

Nuestros gastos de operación como porcentaje de los ingresos totales disminuyeron 320 puntos base en el primer trimestre de 2006 comparado con el mismo periodo de 2005 a 27.1%, a pesar de gastos adicionales incurridos durante el trimestre en relación a la función de ventas de cerveza. La utilidad de operación fue de Ps. 309 millones en el primer trimestre de 2006, un incremento de 26.1%, resultando en una expansión en el margen de 50 puntos base a 16.1%.



EVENTOS RECIENTES

- El 8 de marzo de 2006, celebramos nuestra Asamblea General Ordinaria Anual en la cual los accionistas aprobaron, el reporte presentado por el Consejo de Administración, los estados financieros consolidados para el año terminado el 31 de diciembre de 2005, el nombramiento del Consejo de Administración para el año 2006 y la declaración de dividendos correspondientes al año fiscal 2005 por la cantidad de Ps. 694.3 millones. El dividendo será pagado el 15 de junio de 2006 por la cantidad de Ps. 0.3760 por cada acción ordinaria.
- Adicionalmente, en la misma fecha celebramos una Asamblea Especial de Accionistas, en la cual los accionistas Serie “L” aprobaron la no-cancelación de 98,684,857 acciones Serie L emitidas por acuerdo de la Asamblea General Extraordinaria celebrada el 20 de diciembre de 2002, así poniéndolas a disposición del consejo. Estas acciones no fueron suscritas por los accionistas Serie “L” en ejercicio de su derecho de suscripción preferente, al precio de \$2.216 dólares

INFORMACIÓN PARA LA LLAMADA TELEFÓNICA

Nuestra Conferencia telefónica del primer trimestre de 2006 se llevará a cabo el 27 de abril de 2006 a las 3:30 P.M. ET (2:30 P.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 en vivo a través de internet en www.coca-colafemsa.com

Si usted no puede participar en tiempo real, una repetición de la misma estará disponible hasta el 5 de mayo 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 31 de marzo 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 al 31 de marzo de 2006. Además, todas las comparaciones para el primer 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 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 31 de marzo de 2006, el cual fue de Ps. 10.90 por US\$1.00.



(a continuación 7 págs de tablas)

Estado de Situación Financiera Consolidado

Expresado en millones de Pesos mexicanos de Poder Adquisitivo al 31 de DiciembreMarzo de 2006

ACTIVO		Mar-06		Dic-05
Activos circulantes				
Efectivo y valores de realiz. inm.	Ps.	3,007	Ps.	2,111
Total cuentas por cobrar		1,978		2,637
Inventarios		2,331		2,232
Pagos anticipados y otros		943		819
Total activos circulantes		8,259		7,799
Propiedad, planta y equipo				
Propiedad, planta y equipo		32,047		32,157
Depreciación acumulada		-14,339		-14,191
Botellas y cajas, neto		1,096		1,082
Total propiedad, planta y equipo		18,804		19,048
Inversión en acciones y otros		480		471
Cargos diferidos neto		1,255		1,352
Activos intangibles		40,252		39,855
TOTAL ACTIVO	Ps.	69,050	Ps.	68,525

PASIVO Y CAPITAL CONTABLE		Mar-06		Dic-05
Pasivo circulante				
Deuda a corto plazo y documentos	Ps.	4,658	Ps.	4,492
Intereses por pagar		394		329
Proveedores		4,387		4,749
Otros pasivos		3,372		2,858
Pasivo circulante		12,811		12,428
Préstamos bancarios a largo plazo		15,774		15,814
Plan de pensiones, prima de antigüedad y otros		796		798
Otros pasivos		3,851		4,097
Total pasivo		33,232		33,137
Capital Contable				
Interés minoritario		1,111		1,016
Interés mayoritario:				
Capital social		2,912		2,912
Prima en suscripción de acciones		12,460		12,460
Utilidades retenidas		21,837		18,536
Utilidad neta del periodo		909		3,984
Resultado acumulado por tenencia de activos no monetarios		-3,411		-3,520
Total interés mayoritario		34,707		34,372
Total capital contable		35,818		35,388
TOTAL PASIVO Y CAPITAL	Ps.	69,050	Ps.	68,525

Estado de Resultados

Expresado en millones de Pesos mexicanos⁽¹⁾ de poder adquisitivo al 31 de marzo de 2006

	1T 06	% Ing	1T 05	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad) ⁽²⁾	466.0		437.8		6.4%
Precio promedio por caja unidad ⁽²⁾	26.90		26.79		0.4%
Ventas netas	12,714		11,730		8.4%
Otros ingresos de operación	51		98		-48.3%
Ingresos totales	12,765	100%	11,828	100%	7.9%
Costo de ventas	6,642	52.0%	6,132	51.8%	8.3%
Utilidad bruta	6,123	48.0%	5,696	48.2%	7.5%
Gastos Administrativos	744	5.8%	698	5.9%	6.7%
Gastos de Ventas	3,443	27.0%	3,204	27.1%	7.5%
Gastos de Operación	4,187	32.8%	3,902	33.0%	7.3%
Utilidad de operación	1,936	15.2%	1,794	15.2%	7.9%
Gastos financieros	532		572		-7.0%
Productos financieros	73		65		12.0%
Gastos financieros, neto	459		507		-9.5%
Pérdida (ganancia) cambiaria	186		(15)		N.A.
Ganancia por posición monetaria	(166)		(188)		-11.7%
Costo integral de financ.	479		304		57.5%
Otros (prod.), gastos, neto	(19)		130		N.A.
Utilidad antes de impuestos	1,476		1,360		8.5%
Impuestos	531		615		-13.7%
Utilidad neta consolidada	945		745		26.8%
Utilidad mayoritaria	909	7.1%	721	6.1%	26.1%
Utilidad minoritaria	36		24		49.0%
Utilidad de operación	1,936	15.2%	1,794	15.2%	7.9%
Depreciación	351		322		8.8%
Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	304		288		5.9%
Flujo operativo ⁽³⁾	2,591	20.3%	2,404	20.3%	7.8%

(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 31 de marzo de 2006

	1T 06	% Ing	1T 05	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad)(2)	246.0		227.7		8.0%
Precio promedio por caja unidad	27.34		27.61		-1.0%
Ventas netas	6,726		6,287		7.0%
Otros ingresos de operación	43		35		24.0%
Ingresos totales	6,769	100.0%	6,322	100.0%	7.1%
Costo de ventas	3,178	47.0%	3,045	48.2%	4.4%
Utilidad bruta	3,591	53.0%	3,277	51.8%	9.6%
Gastos de Operación	2,307	34.1%	2,146	33.9%	7.5%
Utilidad de operación	1,284	19.0%	1,131	17.9%	13.5%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	404	6.0%	345	5.5%	17.0%
Flujo Operativo ⁽³⁾	1,688	24.9%	1,476	23.4%	14.3%

(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 31 de marzo de 2006

	1T 06	% Ing	1T 05	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad)(2)	27.9		26.1		6.9%
Precio promedio por caja unidad	32.55		33.18		-1.9%
Ventas netas	908		866		4.8%
Otros ingresos de operación	10		0		3029.8%
Ingresos totales	918	100.0%	866	100.0%	5.9%
Costo de ventas	493	53.7%	447	51.6%	10.2%
Utilidad bruta	425	46.3%	419	48.4%	1.3%
Gastos de Operación	310	33.8%	304	35.1%	2.0%
Utilidad de operación	115	12.5%	115	13.3%	-0.5%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	53	5.8%	57	6.6%	-7.1%
Flujo Operativo ⁽³⁾	168	18.3%	172	19.9%	-2.6%

(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 Colombia

Expresado en millones de Pesos mexicanos⁽¹⁾ de poder adquisitivo al 31 de marzo de 2006

	1T 06	% Ing	1T 05	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad)(2)	42.1		42.2		-0.2%
Precio promedio por caja unidad	27.55		26.79		2.8%
Ventas netas	1,160		1,131		2.6%
Otros ingresos de operación	-		-		#¡DIV/0!
Ingresos totales	1,160	100.0%	1,131	100.0%	2.6%
Costo de ventas	644	55.6%	626	55.3%	3.0%
Utilidad bruta	516	44.5%	505	44.7%	2.2%
Gastos de Operación	404	34.8%	404	35.8%	-0.1%
Utilidad de operación	112	9.7%	101	8.9%	11.4%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	70	6.1%	74	6.6%	-5.1%
Flujo Operativo ⁽³⁾	182	15.7%	175	15.5%	4.3%

(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 31 de marzo de 2006

	1T 06	% Ing	1T 05	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad)(2)	41.0		40.4		1.5%
Precio promedio por caja unidad	31.29		29.42		6.4%
Ventas netas	1,283		1,189		7.9%
Otros ingresos de operación	4		1		229.6%
Ingresos totales	1,287	100.0%	1,190	100.0%	8.2%
Costo de ventas	792	61.6%	694	58.3%	14.2%
Utilidad bruta	495	38.4%	496	41.7%	-0.3%
Gastos de Operación	481	37.4%	423	35.5%	13.7%
Utilidad de operación	14	1.1%	73	6.2%	-81.1%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	66	5.2%	60	5.0%	11.4%
Flujo Operativo ⁽³⁾	80	6.2%	133	11.2%	-39.6%

(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 31 de marzo de 2006

	1T 06	% Ing	1T 05	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad)(2)	41.2		39.3		4.8%
Precio promedio por caja unidad	17.90		18.71		-4.3%
Ventas netas	737		735		0.3%
Otros ingresos de operación	11		37		-70.0%
Ingresos totales	748	100.0%	772	100.0%	-3.1%
Costo de ventas	450	60.2%	477	61.7%	-5.5%
Utilidad bruta	298	39.8%	295	38.3%	0.9%
Gastos de Operación	195	26.0%	166	21.5%	17.4%
Utilidad de operación	103	13.8%	129	16.8%	-20.2%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	38	5.1%	34	4.4%	13.0%
Flujo Operativo ⁽³⁾	141	18.9%	163	21.1%	-13.3%

(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 31 de marzo de 2006

	1T 06 ⁽²⁾	% Ing	1T 05 ⁽³⁾	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad)(2)	67.8		62.1		9.2%
Precio promedio por caja unidad	25.42		24.52		3.7%
Ventas netas	1,901		1,523		24.8%
Otros ingresos de operación	13		43		-69.8%
Ingresos totales	1,914	100.0%	1,566	100.0%	22.2%
Costo de ventas	1,087	56.8%	846	54.0%	28.5%
Utilidad bruta	827	43.2%	720	46.0%	14.8%
Gastos Administrativos	98	5.1%	101	6.5%	-3.1%
Gastos de Ventas	420	22.0%	374	23.9%	12.4%
Gastos de Operación	518	27.1%	475	30.3%	9.1%
Utilidad de operación	309	16.1%	245	15.6%	26.1%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽⁴⁾	41	2.1%	40	2.6%	1.8%
Flujo Operativo ⁽⁵⁾	350	18.3%	285	18.2%	22.7%

(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

Información Relevante

Por los tres meses terminados al 31 de marzo de 2006

Expresado en millones de pesos mexicanos de poder adquisitivo al 31 de marzo de 2006

	1T 05
Inversión en Activos fijos	195.0
Depreciación	322.4
Amortización y Otros cargos virtuales	287.3

	1T 06
Inversión en Activos fijos	420.5
Depreciación	350.7
Amortización y Otros cargos virtuales	304.6

VOLUMEN

Expresado en millones de cajas unidad

	1T 05			
	Refrescos	Agua	Otros	Total
México	182.3	44.3	1.2	227.8
Centroamérica	24.5	1.2	0.4	26.1
Colombia	36.7	5.4	0.1	42.2
Venezuela	35.0	3.5	1.9	40.4
Argentina	38.3	0.5	0.5	39.3
Brasil	57.1	4.5	0.5	62.1
Total	373.9	59.4	4.6	437.9

	1T 06			
	Refrescos	Agua	Otros	Total
	195.5	48.6	1.9	246.0
	25.4	1.3	1.2	27.9
	36.8	5.3	0.0	42.1
	35.4	3.5	2.1	41.0
	39.9	0.6	0.7	41.2
	61.2	5.9	0.7	67.8
Total	394.2	65.2	6.6	466.0

MEZCLA POR PRESENTACION

Como porcentaje de volumen total

	1T 05			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafón
México	27.9	56.1	1.3	14.7
Centroamerica	45.6	51.0	3.4	-
Colombia	49.3	41.0	3.1	6.6
Venezuela	24.8	69.6	2.7	2.9
Argentina	26.9	70.1	3.0	-
Brasil	6.3	90.5	3.2	-

	1T 06			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafón
	26.2	57.5	1.2	15.1
	35.8	60.6	3.6	-
	45.0	45.7	3.3	6.0
	21.2	72.5	3.6	2.7
	26.5	70.4	3.1	-
	10.0	86.6	3.4	-

Marzo 2006
Información macroeconómica

	Inflación		Tipo de Cambio (moneda local) por U.S. Dólar		
	12 M	Acum Año	Mzo 06	Mzo 05	Dic 05
México	3.41%	0.87%	10.9510	11.1710	10.7109
Colombia	4.11%	1.92%	2,289.9800	2,376.4800	2,284.2200
Venezuela	12.15%	1.33%	2,150.0000	2,150.0000	2,150.0000
Argentina	11.68%	3.34%	3.0820	2.9200	3.0320
Brasil	4.51%	2.18%	2.1724	2.6662	2.3407
