

FEMSA Reporta Crecimiento del 9% en Ingresos Totales en 1T07: Compresión de Márgenes en Trimestre Difícil *Mantenemos Expectativas para el Año*

Monterrey, México, 30 de Abril del 2007 — Fomento Económico Mexicano, ("FEMSA") anuncia hoy sus resultados operativos y financieros para el primer trimestre del 2007.

Datos relevantes del primer trimestre:

- **Crecimiento del 8.7% en los ingresos totales consolidados.** Todas nuestras unidades de operación contribuyeron al sólido crecimiento de ingresos.
- **Coca-Cola FEMSA incrementó su volumen de ventas total en 7.0% y su resultado de operación en 10.8%.** El mayor incremento provino de sus regiones internacionales, generando un crecimiento combinado de doble dígito.
- **FEMSA Cerveza incrementó sus ingresos totales en 3.6%:** el volumen de ventas aumentó 2.6% en México, 14.4% en Brasil y el volumen de exportación creció 5.8%.
 - Una combinación de factores externos e internos, principalmente en Brasil y México, resultaron en un decremento de 57.6% en el resultado de operación.
 - Expectativas de resultado de operación del 2007 en línea con niveles del 2006.
- **Oxxo incrementó sus ingresos totales en 14.0%, debido a la apertura de 91 nuevos Oxxos y un aumento del 3.5% en sus ventas-mismas-tiendas.** Ahora México cuenta con más 4,900 tiendas Oxxo.
- **FEMSA Cerveza y Heineken USA acuerdan nueva alianza para extender su exitosa relación a largo plazo.** Los portafolios más complementarios del segmento de cervezas importadas en Estados Unidos, continuarán comercializándose juntos durante los próximos 10 años.

"Este fue un trimestre difícil para FEMSA con resultados mixtos. Por una parte, nuestra operación de cerveza registró una disminución de la demanda en México, un incremento estacional en gastos de mercadotecnia en Brasil y altos precios en las materias primas, como ya lo esperábamos. Adicionalmente, condiciones climáticas adversas en México y un entorno de precios poco robusto complicaron la situación. Si bien no estamos satisfechos con los resultados del primer trimestre, estamos convencidos de que estamos ejecutando la estrategia correcta para maximizar la creación de valor a largo plazo."

Contacto para Inversionistas:

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

Contacto para Medios:

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



“A pesar de los retos del trimestre, FEMSA obtuvo sólidos resultados en ingresos totales, gracias a las regiones internacionales de Coca-Cola FEMSA, donde la mayoría de los negocios generaron un crecimiento promedio de doble dígito. Confiamos en el rumbo que hemos trazado para el negocio y estamos comprometidos a controlar costos, manteniendo como directriz nuestra estrategia de largo plazo –una estrategia de competencia exitosa y crecimiento sostenido de nuestros negocios”, comentó José Antonio Fernández Carbajal, presidente y director general de FEMSA.

FEMSA Consolidado

Los **ingresos totales** se incrementaron 8.7% ascendiendo a 31,576 millones de pesos en el 1T07. Este incremento se debió principalmente al crecimiento de 9.2% en los ingresos totales de Coca-Cola FEMSA y 14.0% en las tiendas de conveniencia Oxxo, a pesar de un difícil entorno de consumo. FEMSA Cerveza contribuyó en menor medida con un crecimiento de ingresos de 3.6%.

La **utilidad bruta** se incrementó 5.2% a 13,959 millones de pesos en el 1T07 sin embargo, el margen bruto se contrajo 150 puntos base, representando 44.2% de los ingresos totales. Esta contracción se debió en gran medida a la presión en los precios de las materias primas para FEMSA Cerveza y Coca-Cola FEMSA y a una mayor contribución de las operaciones de Oxxo, las cuales generan un menor margen que el resto de los negocios de bebidas.

El **resultado de operación** decreció 9.7% a 3,116 millones de pesos en el 1T07, resultando en una contracción de 200 puntos del margen de operación, representando 9.9% de los ingresos totales. Esta disminución en el margen de operación se debió principalmente a la contracción en el margen de FEMSA Cerveza y al incremento en la contribución de la cadena de conveniencia Oxxo que aporta un menor margen a los resultados. Coca-Cola FEMSA compensó parcialmente este decremento debido a un incremento en 20 puntos base en su margen.

La **utilidad neta** disminuyó 4.4% para llegar a 1,662 millones de pesos en el 1T07. Este decremento se debió principalmente a la disminución en el resultado de operación. La tasa efectiva de impuestos decreció de 31.5% en el 1T06 a 30.5% en el 1T07.

La **utilidad neta mayoritaria** por Unidad¹ FEMSA fue de 0.88 pesos en el 1T07. La utilidad neta mayoritaria por cada ADS de FEMSA, considerando un tipo de cambio al final del periodo de 11.05 pesos por dólar, fue de US\$ 0.80 en el trimestre.

La **inversión en activo fijo** para el 1T07 se incrementó 36.6% alcanzando 1,824 millones de pesos, debido a un incremento en las inversiones en las tres principales unidades de negocio, en línea con nuestro presupuesto.

Deuda neta consolidada. Al 31 de marzo del 2007, FEMSA registró un saldo de efectivo de 9,949 millones de pesos (US\$ 900 millones), una deuda a corto plazo de 3,070 millones de pesos (US\$ 277.8 millones) y una deuda a largo plazo de 39,641 millones de pesos (US\$ 3,587 millones); resultando en una deuda neta de 32,762 millones de pesos (US\$ 2,965 millones), 28.4% más que el 31 de marzo del 2006. El incremento en deuda neta se debe principalmente a la adquisición del 8.02% adicional del capital de Coca-Cola FEMSA así como al aumento de capital en nuestras operaciones cerveceras en Brasil, el cual representa el último paso en la capitalización de dicha operación.

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 2007 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

Los resultados de FEMSA Cerveza integran los de nuestra subsidiaria FEMSA Cerveza Brasil-Cervejarias Kaiser, adquirida en enero del 2006. A partir de esta fecha, las comparaciones respecto al periodo anterior reflejan la integración de Kaiser.

El **volumen de ventas en México** aumentó 2.6% a 5.658 millones de hectolitros en el 1T07, reflejando una disminución en la demanda en México, aunada a las bajas temperaturas y mayores niveles de precipitación registradas en el norte del país en la primera mitad del trimestre, si lo comparamos con el año anterior y el promedio histórico. A pesar de un difícil inicio de trimestre, la demanda registró una tendencia positiva al paso de los meses. Una vez más, nuestro crecimiento fue impulsado por nuestras marcas *Tecate Light*, *Sol* e *Indio*.

En el 1T07, el **volumen de ventas en Brasil** se incrementó 14.4% ascendiendo a 2.337 millones de hectolitros, resultado de un incremento en la demanda de nuestras marcas *Kaiser*, *Bavaria* y *Sol* y un saludable entorno de consumo en el mercado brasileño.

El **volumen de ventas de exportación** aumentó 5.8% a 0.683 millones de hectolitros en el 1T07, resultado de la gran aceptación de nuestras marcas *Tecate* y *Dos Equis* en Estados Unidos y *Sol* en el Reino Unido. Este crecimiento fue logrado a pesar de contar con una base de comparación atípica debido a un incremento en el volumen del 1T06 de 42%, mientras que las reducciones en inventarios de mayoristas en Estados Unidos, nuestro principal mercado de exportación, continúan con crecimiento de doble dígito. Nuestra relación comercial con Heineken USA nos permite continuar comercializando nuestras marcas e incrementando distribución en Estados Unidos.

Los **ingresos totales** se incrementaron 3.6% ascendiendo a 8,129 millones de pesos en el 1T07, resultado de un aumento en las ventas de México y Brasil, compensando un decremento en la venta de empaques a terceros por 41 millones de pesos, debido a la reconstrucción de uno de nuestros tres hornos de vidrio.

En México, el precio real por hectolitro aumentó 1.0% a 983 pesos en el 1T07 debido al a) incremento en el volumen por la adquisición de dos grandes distribuidores que se convirtieron en distribución directa durante el segundo trimestre del 2006, por lo que el precio real podrá ser comparable a partir del segundo trimestre de este año y b) un efecto positivo de mezcla. Al aumentar nuestro volumen de ventas a través de distribución directa, obtenemos una mejora al precio y nos permite generar mejores márgenes en el volumen de ventas, sin embargo la estructura de gastos se incrementa por dicha integración. El beneficio en el precio generado por la integración de la distribución directa compensó la disminución en el precio real con respecto al 1T06 dado que nuestros precios sólo aumentaron en una porción de nuestro volumen en México.

El precio real por hectolitro en Brasil decreció 4.3% en el 1T07 alcanzando 500 millones de pesos, mientras que en relación al 4T06 incrementó 5.0%. El incremento de 4.9% del precio promedio en moneda local, no se refleja en los resultados debido a que fue implementado a finales del trimestre.

El precio por hectolitro de exportación se incrementó 0.8% en el 1T07 a 1,013 pesos (en términos de dólares se incrementó 0.7% a US\$ 91.6), como resultado de un aumento en precios llevado a cabo en forma selectiva por marca y presentación en nuestro portafolio de Estados Unidos.

El **costo de ventas** se incrementó 12.6% ascendiendo a 3,813 millones de pesos en el 1T07, debido al crecimiento del volumen y a mayores precios en materias primas. Específicamente, el incremento en el precio del aluminio y granos representó 5 puntos porcentuales de incremento de un total de 12.6 puntos, 2 puntos son atribuibles al crecimiento en la mezcla de productos no retornables y 1 punto al incremento en precios por la compra de botellas de vidrio a terceros. El impacto en el trimestre del proyecto de reconstrucción de un horno de vidrio fue aproximadamente 80 millones de pesos, incluyendo la reducción en la capacidad de venta a terceros y los costos incrementales por nuestros requerimientos de vidrio. La utilidad bruta alcanzó 4,316 millones de pesos registrando un decremento del 3.2% para el 1T07, resultando en un margen bruto de 53.1% de los ingresos totales.

El **resultado de operación** disminuyó 57.6% ascendiendo a 476 millones de pesos en el 1T07. Brasil contribuyó con una tercera parte de la reducción en el resultado de operación principalmente por el incremento de gastos de mercadotecnia, mientras que el incremento en materias primas representó otra tercera parte. La reducción restante se debió a las limitaciones para aumentar precios y el incremento de gastos de venta en México y Estados Unidos. El margen de operación decreció 840 puntos base, alcanzando 5.9% de los ingresos totales.

Al transcurrir el año, algunos de los conceptos descritos se revertirán, tales como el nivel de gastos de mercadotecnia en Brasil y aproximadamente la mitad del incremento en el costo de materias primas, principalmente relacionados con el aluminio. Adicionalmente, el precio en México deberá mejorar progresivamente, mientras los niveles de gastos de venta, principalmente de México, permanecerán en línea con los trimestres pasados. Es importante mencionar que el primer trimestre representa en promedio, menos del 20% del resultado de operación anual. Para el año, las expectativas de resultado de operación se mantienen en línea con niveles del 2006.

Los gastos de operación aumentaron 15.2% a 3,840 millones de pesos, lo cual representa 47.2% de los ingresos totales del trimestre, un incremento de 470 puntos base respecto al 1T06. Los gastos de administración aumentaron 5.6% sobre los niveles del 1T06 alcanzando 1,024 millones de pesos, debido al impacto único causado por el crecimiento en la distribución directa en México y una continua mejora en infraestructura.

Los gastos de venta aumentaron 19.1% a 2,816 millones de pesos. Aproximadamente 8 puntos porcentuales de un total de 19 puntos del incremento se debieron a las actividades de mercadotecnia en Brasil, comparadas con una base baja dado que prácticamente no realizamos actividades de mercadotecnia durante el mismo periodo del año anterior. La mayor parte del incremento restante fue atribuible a México debido al a) incremento en iniciativas de servicios que proveemos a los detallistas, a quienes ajustamos sus márgenes, así como el fortalecimiento de nuestras marcas en México y Estados Unidos y b) al impacto único ocasionado por el incremento en gastos de distribución directa debido a la adquisición de dos grandes distribuidores durante el segundo trimestre del 2006, así como al fortalecimiento de nuestra estructura de ventas.

Tiendas Oxxo – FEMSA Comercio

FEMSA Comercio incrementó sus **ingresos totales** en 14.0% alcanzando 8,940 millones de pesos durante el 1T07. La principal razón de este incremento fue la apertura de 91 nuevas tiendas en el trimestre, representando un 25% de incremento respecto al mismo periodo del año anterior, un total de 724 nuevas tiendas durante los últimos doce meses. Contamos con 4,938 Oxxos a nivel nacional.

Las ventas-mismas-tiendas crecieron en promedio 3.5%. Este incremento refleja un crecimiento de 4.5% en el tráfico debido al aumento en los servicios que ofrecemos al cliente así como al rápido ritmo de expansión en nuestra base de tiendas, que compensó un decremento de 1.0% en el “ticket” promedio. La reducción en “ticket” promedio se debió principalmente a un cambio gradual en nuestra mezcla de ventas que refleja una ligera desaceleración en el crecimiento de tarjetas telefónicas, las cuales tienen un alto “ticket” promedio. Dicha disminución afecta las ventas-mismas-tiendas pero beneficia al margen de ventas. A pesar de un entorno de baja demanda a principios de año así como a un clima adverso, la demanda en el consumo mejoró al transcurrir el trimestre.

El **costo de ventas** aumentó 13.0% ascendiendo a 6,562 millones de pesos en el 1T07, resultando en una mejora de 70 puntos base en el margen bruto que alcanzó el 26.6% de los ingresos totales. Esta mejora fue lograda principalmente por mejores términos de compra y esfuerzos coordinados con nuestros proveedores para proporcionar los productos y promociones adecuados a nuestros consumidores. También observamos avances en categorías con alto margen; en la categoría de Comida Rápida, con nuestra oferta de café *Andatti* y otras mejoras en categorías de alta rentabilidad.

El **resultado de operación** aumentó 35.1% ascendiendo a 258 millones de pesos en el 1T07. Los gastos de operación ascendieron a 2,120 millones de pesos, un incremento del 15.2%. Los gastos de administración también aumentaron 15.2% a 189 millones de pesos, registrando un porcentaje de ingresos totales similar al del 1T06. Por lo tanto, los gastos de venta se incrementaron 15.2% ascendiendo a 1,931 millones de pesos, manteniendo el mismo porcentaje de los ingresos totales que el 1T06. A pesar de una disminución en el consumo con respecto al 1T06 y una continua inversión en infraestructura, el margen de operación de Oxxo se expandió 50 puntos base a 2.9% de los ingresos totales.

La implementación del Sistema de Reabastecimiento Retek en nuestros centros de distribución está en curso y estamos trabajando en la instalación en los primeros 1,000 Oxxos. Dicho sistema nos permitirá optimizar los niveles de inventario y mejorar el desempeño de nuestra cadena de suministro integrada a los centros de distribución de Oxxo, así como a optimizar la variedad de productos a nivel de tienda. Adicionalmente para finales del 2007, planeamos la apertura de dos nuevos centros de distribución en las ciudades de Puebla y Obregón.

Eventos Recientes

En Abril 26, 2007, FEMSA y Heineken Firmaron un Acuerdo de Importación en E.U. por Diez Años
Heineken USA y FEMSA Cerveza firmaron un nuevo acuerdo para extender su relación existente de tres años en Estados Unidos por un periodo adicional de diez años. Heineken continuará siendo el único y exclusivo importador, comercializador y vendedor en Estados Unidos de las marcas de FEMSA: Dos Equis, Tecate, Tecate Light, Sol, Bohemia y Carta Blanca. El acuerdo será efectivo a partir del 1 de enero del 2008 y estará vigente hasta el 31 de diciembre del 2017. Para mayor información favor de referirse al comunicado de prensa publicado el 26 de abril del 2007.

INFORMACIÓN PARA LA CONFERENCIA TELEFÓNICA:

La conferencia telefónica del Primer Trimestre del 2007 se llevará a cabo el lunes 30 de abril del 2007 a las 9:00 A.M. Tiempo de México (10:00 A.M. Tiempo de Nueva York). Para participar en la conferencia, por favor marque: (913) 312-1299. 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 2007. Para escuchar la grabación marque: (719) 457-0820, Clave: 8541533.

Se presentó cierta información financiera no auditada de FEMSA para el primer trimestre del 2007 comparada con el primer trimestre del 2006. 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.B 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 31 de marzo del 2007. 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 11.0507 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
Por el primer trimestre de:
Millones de pesos constantes del 31 de marzo del 2007

	2007	% Integral	2006	% Integral	% Crecimiento
Ingresos Totales	31,576	100.0	29,043	100.0	8.7
Costo de ventas	17,617	55.8	15,777	54.3	11.7
Utilidad bruta	13,959	44.2	13,266	45.7	5.2
Gastos de administración	2,087	6.6	2,020	7.0	3.3
Gastos de venta	8,756	27.7	7,797	26.8	12.3
Gastos de operación	10,843	34.3	9,817	33.8	10.5
Resultado de operación	3,116	9.9	3,449	11.9	(9.7)
Otros gastos	(187)		(109)		71.6
Gasto financiero	(1,048)		(1,029)		1.8
Producto financiero	177		173		2.3
Gasto financiero, neto	(871)		(856)		1.8
Fluctuación cambiaria	2		(129)		N.S.
Ganancia por posición monetaria	360		236		52.5
Pérdida en valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados	(28)		(51)		(45.1)
Costo integral de financiamiento	(537)		(800)		(32.9)
Utilidad antes de ISR	2,392		2,540		(5.8)
ISR	(730)		(801)		(8.9)
Utilidad neta consolidada	1,662		1,739		(4.4)
Utilidad mayoritaria	1,051		1,194		(12.0)
Utilidad minoritaria	611		545		12.1

EBITDA y CAPEX

Resultado de operación	3,116	9.9	3,449	11.9	(9.7)
Depreciación	1,034	3.3	1,012	3.5	2.2
Amortización y otros	935	2.9	935	3.2	-
EBITDA	5,085	16.1	5,396	18.6	(5.8)
Inversión en activo fijo	1,824		1,335		36.6

RAZONES FINANCIERAS

	2007	2006	Var. p.p.
Liquidez ⁽¹⁾	1.08	0.97	0.12
Cobertura de intereses ⁽²⁾	5.84	6.30	(0.47)
Apalancamiento ⁽³⁾	0.99	0.96	0.02
Capitalización ⁽⁴⁾	37.80%	35.99%	1.80

⁽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 2007)

ACTIVOS	2007	2006	% Crecimiento
Efectivo y valores de realización inmediata	9,949	8,165	21.8
Cuentas por cobrar	6,320	5,605	12.8
Inventarios	8,410	6,971	20.6
Pagos anticipados y otros	3,440	2,574	33.6
Total activo circulante	28,119	23,315	20.6
Propiedad, planta y equipo, neto	50,316	49,630	1.4
Activos intangibles ⁽¹⁾	57,062	56,934	0.2
Cargos diferidos	8,767	6,351	38.0
Otros activos	6,333	5,980	5.9
TOTAL ACTIVOS	150,597	142,210	5.9

PASIVOS Y CAPITAL CONTABLE

Préstamos bancarios C.P.	3,070	1,861	65.0
Vencimientos del pasivo L.P. a C.P.	2,411	4,407	(45.3)
Intereses por pagar	431	468	(7.9)
Pasivo de operación	20,055	17,366	15.5
Total pasivo circulante	25,967	24,102	7.7
Préstamos bancarios	37,230	30,916	20.4
Impuestos diferidos	3,734	3,863	(3.3)
Obligaciones laborales	3,254	2,641	23.2
Otros pasivos	4,639	8,295	(44.1)
Total pasivos	74,824	69,817	7.2
Total capital contable	75,773	72,393	4.7
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	150,597	142,210	5.9

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

Mezcla de monedas y tasas	Marzo 31, 2007		
	Ps.	% Integral	Tasa Promedio
Contratado en:			
Pesos mexicanos	32,572	76.3%	9.2%
Dólares	8,450	19.8%	6.4%
Reales	447	1.1%	12.9%
Pesos Argentinos	529	1.2%	10.6%
Bolívares Venezolanos	540	1.2%	9.9%
Pesos Colombianos	173	0.4%	9.8%
Deuda total	42,711	100.0%	8.7%
Tasa fija ⁽¹⁾	32,267	75.5%	
Tasa variable ⁽¹⁾	10,444	24.5%	

% de la Deuda total	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Vencimientos de la deuda	11.2%	15.2%	13.0%	11.5%	9.7%	22.8%

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

Coca-Cola FEMSA
Resultados de Operación
Por el primer trimestre de:
Millones de pesos constantes del 31 de marzo del 2007

	2007	% Integral	2006	% Integral	% Crecimiento
Ingresos totales	15,020	100.0	13,750	100.0	9.2
Costo de ventas	8,002	53.3	7,184	52.2	11.4
Utilidad bruta	7,018	46.7	6,566	47.8	6.9
Gastos administración	780	5.2	799	5.8	(2.5)
Gastos venta	3,964	26.4	3,715	27.1	6.7
Gastos operación	4,744	31.6	4,514	32.9	5.1
Resultado de operación	2,274	15.1	2,052	14.9	10.8
Depreciación	381	2.5	379	2.8	0.5
Amortización y otros	330	2.3	326	2.4	1.2
EBITDA	2,985	19.9	2,757	20.1	8.3
Inversión en activo fijo	530		452		17.3

Volumen de ventas
(Millones de cajas unidad)

México	251.7	50.5	246.0	52.8	2.3
Centroamérica	31.4	6.3	27.9	6.0	12.7
Colombia	47.9	9.6	42.1	9.0	13.8
Venezuela	49.3	9.9	41.0	8.8	20.3
Brasil	72.5	14.5	67.8	14.6	7.0
Argentina	46.0	9.2	41.2	8.8	11.5
Total	498.8	100.0	466.0	100.0	7.0

FEMSA Cerveza
Resultados de Operación
Por el primer trimestre de:
Millones de pesos constantes del 31 de marzo del 2007

	2007	% Integral	2006	% Integral	% Crecimiento
Ventas:					
México	5,559	68.4	5,366	68.4	3.6
Brasil	1,169	14.4	1,068	13.6	9.5
Exportación	691	22.9	648	21.9	6.6
Ventas de cerveza	7,419	91.3	7,082	90.3	4.8
Otros ingresos de operación	710	8.7	762	9.7	(6.8)
Ingresos totales	8,129	100.0	7,844	100.0	3.6
Costo de ventas	3,813	46.9	3,387	43.2	12.6
Utilidad bruta	4,316	53.1	4,457	56.8	(3.2)
Gastos de administración	1,024	12.6	970	12.4	5.6
Gastos de venta	2,816	34.6	2,364	30.1	19.1
Gastos de operación	3,840	47.2	3,334	42.5	15.2
Resultado de operación	476	5.9	1,123	14.3	(57.6)
Depreciación	404	5.0	402	5.1	0.5
Amortización y otros	565	6.9	603	7.7	(6.3)
EBITDA	1,445	17.8	2,128	27.1	(32.1)
Inversión en activo fijo	877		605		45.0

Volumen de ventas
(Miles de hectolitros)

México	5,658.1	65.2	5,514.3	67.2	2.6
Brasil	2,337.4	26.9	2,044.0	24.9	14.4
Exportación	682.5	7.9	644.9	7.9	5.8
Total	8,678.0	100.0	8,203.1	100.0	5.8

Precio por hectolitro

México	982.5		973.1		1.0
Brasil	500.1		522.5		(4.3)
Exportación	1,012.5		1,004.9		0.8
Total	854.9		863.3		(1.0)

FEMSA Comercio
Resultados de Operación
Por el primer trimestre de:
Millones de pesos constantes del 31 de marzo del 2007

	2007	% Integral	2006	% Integral	% Crecimiento
Ingresos totales	8,940	100.0	7,840	100.0	14.0
Costo de ventas	6,562	73.4	5,809	74.1	13.0
Utilidad bruta	2,378	26.6	2,031	25.9	17.1
Gastos de administración	189	2.1	164	2.1	15.2
Gastos de venta	1,931	21.6	1,676	21.4	15.2
Gastos de operación	2,120	23.7	1,840	23.5	15.2
Resultado de operación	258	2.9	191	2.4	35.1
Depreciación	123	1.4	99	1.3	24.2
Amortización y otros	105	1.1	88	1.1	19.3
EBITDA	486	5.4	378	4.8	28.6
Inversión en activo fijo	380		247		53.8

Información de Tiendas de Conveniencia

Tiendas totales	4,938		4,214		17.2
Tiendas nuevas					
vs. marzo año anterior	724		651		11.2
vs. diciembre año anterior	91		73		24.7
Mismas tiendas: ⁽¹⁾					
Ventas (miles de pesos)	590.1		570.2		3.5
Tráfico	20.7		19.8		4.5
Ticket	28.5		28.7		(1.0)

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

FEMSA
Información Macroeconómica

	Inflación		Tipo de Cambio al 31 de marzo del 2007	
	Marzo 06 - Marzo-07	Diciembre 06 - Marzo-07	Por USD	Por Peso
México	4.21%	1.02%	11.0507	1.0000
Colombia	5.78%	3.18%	2,190.3000	0.0050
Venezuela	18.47%	2.63%	2,150.0000	0.0051
Brasil	3.17%	1.24%	2.0504	5.3895
Argentina	9.12%	2.23%	3.1000	3.5647

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

2007 RESULTADOS DEL PRIMER TRIMESTRE

	Primer Trimestre		Δ%
	2007	2006	
Ingresos Totales	15,020	13,750	9.2%
Utilidad Bruta	7,018	6,565	6.9%
Utilidad de Operación	2,274	2,052	10.8%
Utilidad Neta Mayoritaria	1,145	969	18.2%
Flujo Operativo ⁽¹⁾	2,985	2,756	8.3%
Deuda Neta ⁽²⁾⁽³⁾	14,269	14,942	-4.5%
Flujo Operativo ⁽¹⁾ / Gasto Financiero	6.17	5.03	
Utilidad Neta Mayoritaria por Acción	0.62	0.52	

Expresado en millones de pesos mexicanos con poder adquisitivo al 31 de marzo de 2007.

⁽¹⁾ Flujo Operativo = Utilidad de operación + Depreciación + Amortización y otros cargos virtuales.

Ver tabla de reconciliación en página 10.

⁽²⁾ Deuda Neta = Deuda total - Caja

⁽³⁾ La información de 2006 es al 31 de diciembre de 2006.

- Los ingresos totales incrementaron 9.2% a Ps. 15,020 millones en comparación al primer trimestre de 2006. Por primera vez en un primer trimestre las operaciones fuera de México representaron más de la mitad de los ingresos.
- Nuestro resultado de operación consolidada creció 10.8% a Ps. 2,274 millones en el primer trimestre de 2007, resultado de incrementos en la rentabilidad de las operaciones fuera de México. Nuestro margen operativo en el primer trimestre de 2007 fue de 15.1%. Las operaciones fuera de México representaron cerca de la mitad de la utilidad operativa por primera vez desde la adquisición de Panamco.
- La utilidad neta mayoritaria incrementó 18.2% a Ps. 1,145 millones, resultando en una utilidad por acción de Ps. 0.62 en el primer trimestre del 2007.

Ciudad de México (Abril 27, 2007), Coca-Cola FEMSA, S.A.B. 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 2007.

“Hoy más que nunca, nuestro desempeño es el resultado de nuestro balanceado portafolio de activos, geográficamente diversificado—atendiendo a más de 184 millones de clientes a lo largo de nueve países en Latinoamérica. Durante el primer trimestre alcanzamos crecimiento de doble dígito en ingresos en la mayoría de nuestras operaciones, gracias a nuestro amplio portafolio de marcas y a nuestras estrategias de multi-segmentación diseñadas a la medida, dando como resultado un fuerte crecimiento de nueve por ciento en el volumen de ventas de la marca *Coca-Cola*. Este crecimiento combinado con nuestro apalancamiento operativo, compensó por completo las presiones de costos de los edulcorantes en México, alcanzando un crecimiento en resultado de operación de doble dígito en el trimestre. Adicionalmente, nuestra fortaleza financiera nos permite seguir explorando nuevas oportunidades de creación de valor,” comentó Carlos Salazar Lomelín, Director General de la Compañía.

RESULTADOS CONSOLIDADOS

Nuestros ingresos totales crecieron 9.2% a Ps. 15,020 millones en el primer trimestre de 2007 comparados con el primer trimestre de 2006, como resultado de incrementos en todos nuestros territorios. Nuestro precio promedio por caja unidad incrementó 1.9% a Ps. 29.54 (US\$ 2.67), comparado con el primer trimestre de 2006, como resultado de incremento en el precio promedio en la mayoría de nuestras operaciones.

El volumen total de ventas incrementó 7.1% a 498.8 millones de cajas unidad en el primer trimestre de 2007, comparado con el mismo periodo de 2006, sobre un 7.5% de crecimiento en el mismo periodo del año anterior, debido principalmente al 9.0% de crecimiento de la marca *Coca-Cola*, la cual representó más del 75% del incremento en volumen de ventas durante el trimestre. El volumen de ventas de refrescos creció 6.8% a 421 millones de cajas unidad, resultado del volumen incremental a lo largo de nuestras operaciones.

Nuestro utilidad bruta creció 6.9% a Ps. 7,018 millones en el primer trimestre del 2007, comparado con el primer trimestre de 2006 debido a incrementos en todos nuestros territorios, excepto México. El margen bruto decreció 100 puntos base a 46.7% en el primer trimestre de 2007 de 47.7% en el mismo periodo del 2006, debido al 4.0% de incremento en el costo promedio por caja unidad como resultado principalmente del mayor costo de los edulcorantes en México.

Nuestro resultado de operación consolidada creció 10.8% a Ps. 2,274 millones en el primer trimestre de 2007. Los incrementos de doble dígito en la resultado de operación de todas nuestras operaciones compensaron totalmente la disminución en la operación en México durante este trimestre. Nuestro margen de operación fue de 15.1% en el primer trimestre de 2007, una mejora de 20 puntos base comparado con el mismo periodo de 2006, principalmente como resultado de una mayor absorción de costos fijos debido al incremento de ventas, a pesar de la reducción en el margen bruto.

Como mencionamos en nuestro comunicado de prensa del cuarto trimestre de 2006, después de un extensivo análisis, efectuado por una compañía tercera, en las condiciones actuales y vida útil esperada de nuestro inventario de enfriadores ahora para nuestros territorios fuera de México, decidimos modificar el tiempo de vida útil de nuestros enfriadores de cinco a siete años en Guatemala, Costa Rica, Colombia, Brasil y Argentina. Esta decisión la tomamos basada en los beneficios de la política KOF de mantenimiento y a nuestra habilidad de administrar nuestra plataforma de enfriadores en el mercado. Esta modificación reduce nuestro gasto de amortización en estas operaciones y beneficia la resultado de operación en Ps. 14 millones a nivel consolidado.

A partir de 2007, de acuerdo a las Normas de Información Financieras aplicables en México, registramos la participación de los trabajadores en las utilidades bajo el concepto de otros gastos, la cual anteriormente se registraba en la línea de impuestos. Para propósitos comparativos, estamos presentando la información de 2006 considerando este cambio, el cual fue de Ps. 71 millones en el primer trimestre de 2006 y de Ps. 97 millones en el mismo periodo de 2007.

Nuestro costo integral de financiamiento disminuyó 44.6% en el primer trimestre del 2007 a Ps. 279 millones, en comparación con el mismo período del 2006, debido principalmente a menores gastos netos de interés, debido a la reducción en nuestra deuda año contra año y al mayor producto financiero derivado del incremento del saldo en caja; y a la disminución en la pérdida cambiaria como resultado de la depreciación del peso mexicano frente el dólar aplicada a nuestra menor posición pasiva neta denominada en moneda extranjera.

Durante el primer trimestre del 2007, la tasa efectiva de impuestos como porcentaje a la utilidad antes de impuestos fue de 34.1% en comparación a 33.0% en el mismo trimestre del 2006.

Nuestra utilidad neta mayoritaria consolidada incrementó 18.2% a Ps. 1,145 millones en el primer trimestre de 2007, comparada con el primer trimestre del 2006. El incremento en la resultado de operación combinado con la reducción en el costo integral de financiamiento, compensaron por completo el incremento en otros gastos. La utilidad neta por acción ("UPA") fue de Ps. 0.62 (US\$ 0.56 por ADR) calculada con base a 1,846.5 millones de acciones en circulación (cada ADR representa 10 acciones locales).

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO

Al 31 de Marzo de 2007, el saldo en caja de Coca-Cola FEMSA fue de Ps. 7,758 millones (US\$ 702 millones), un incremento de Ps. 3,104 millones (US\$ 281 millones), comparado con el 31 de diciembre de 2006, resultado de la emisión de deuda nueva para hacer el pago de nuestro certificado bursátil KOF 03 con vencimiento en abril del 2007 y de la generación interna de efectivo.

La deuda a corto plazo, incluyendo intereses por pagar, fue de Ps. 3,303 millones (US\$ 299 millones) y la deuda a largo plazo fue de Ps. 18,724 millones (US\$ 1,696 millones), un incremento de Ps. 2,431 millones (US\$ 220 millones) comparado con el cierre de 2006, principalmente como resultado de la emisión de la deuda mencionada anteriormente. La deuda neta disminuyó aproximadamente Ps. 673 millones (US\$ 61 millones) comparada con el cierre de 2006, debido al prepagó de deuda bancaria.

Durante el primer trimestre de 2007, emitimos exitosamente un Certificado Bursátil a 5 años a tasa de TIIE a 28 días menos 6 puntos base, por el monto de Ps. 3,000 millones (US\$ 271 millones). Un porcentaje de los fondos recibidos por esta emisión serán utilizados para refinanciar nuestro certificado bursátil KOF 03 con vencimiento en Abril 2007 y para el financiamiento de la adquisición de Jugos del Valle, una vez que obtengamos las aprobaciones necesarias por parte de las autoridades.

El costo promedio de la deuda durante el primer trimestre fue de 8.01%, las siguientes tablas muestran la composición de la deuda por moneda y tasa de interés y por año de vencimiento, al 31 de marzo de 2007:

Moneda	% Deuda Total ⁽²⁾	% Tasa de Interés Variable ⁽²⁾
U.S. dólares	42.6%	54.1%
Pesos mexicanos	51.4%	18.1%
Pesos colombianos	1.1%	71.5%
Otros ⁽¹⁾	4.9%	0.0%

⁽¹⁾ Incluye el equivalente a US\$ 47.9 millones denominado en pesos argentinos y US\$ 48.9 millones denominados en Bolívares venezolanos.

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

Perfil de Vencimiento de Deuda

	2007	2008	2009	2010	2011	2012 en adelante
% Total de la Deuda	13.7%	18.4%	16.9%	4.6%	0.3%	46.2%

Estado de Cambios en la Situación Financiera Consolidado

Expresado en millones de pesos mexicanos y U.S. dólares al 31 de marzo de 2007.

	<i>Ene - Mar 2007</i>	
	<i>Ps.</i>	<i>USD</i>
Utilidad neta consolidada	1,205	109
Cargos virtuales	645	58
	1,850	167
Cambios en el capital de trabajo	386	35
RNGO⁽¹⁾	2,236	202
Recursos netos utilizados en actividades de inversión	(503)	(46)
Dividendos declarados	(809)	(73)
Incremento en deuda	2,428	220
Pasivos y otros	(248)	(22)
Incremento neto en efectivo	3,104	281
Efectivo al inicio del periodo	4,654	421
Efectivo al final del periodo	7,758	702

⁽¹⁾ Recursos netos generados por la operación

RESULTADOS DE OPERACIÓN EN MÉXICO

Ingresos

Los ingresos totales en nuestras operaciones en México incrementaron 0.8% a Ps. 7,087 millones en el primer trimestre de 2007, comparados con el mismo periodo del año anterior. El crecimiento en volumen de ventas compensó el menor precio promedio por caja unidad. El precio promedio por caja unidad disminuyó 1.7% a Ps. 28.01 (US\$ 2.54) comparado con el primer trimestre de 2006, debido a menores precios por caja unidad en refrescos y al volumen incremental de agua en garrafón, la cual tiene un menor precio promedio por caja unidad. 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. 32.76 (US\$ 2.97), una disminución de 0.7% en términos reales, comparado con el mismo periodo de 2006.

El volumen total de ventas incrementó 2.3% a 251.7 millones de cajas unidad para el primer trimestre de 2007, comparado con el primer trimestre del 2006, resultado de (i) crecimiento de 0.7% en el volumen de ventas de refrescos, impulsado por el 4.5% de incremento en el volumen de marca *Coca-Cola*, incluyendo la reciente introducción de *Coca-Cola Zero* (ii) crecimiento de 5.9% en el volumen de agua en garrafón, y (iii) volúmenes incrementales de agua natural embotellada en presentaciones personales. Excluyendo agua natural embotellada, el volumen de bebidas no carbonatadas creció más de 35% en el primer trimestre de 2007, comparado con el mismo periodo del 2006, debido al fuerte crecimiento en el volumen de ventas de agua saborizada sin calorías marca *Ciel* y *Powerade*, una bebida isotónica.

Resultado de operación

Nuestra utilidad bruta disminuyó 3.8% a Ps. 3,583 millones en el primer trimestre de 2007, comparado con el mismo periodo de 2006. El margen bruto decreció de 53.0% en el primer trimestre de 2006 a 50.6% durante el mismo periodo de 2007, debido principalmente a un incremento en el costo promedio por caja unidad como resultado del incremento en el precio de los edulcorantes, el cual fue parcialmente compensado por disminuciones en el precio de la resina.

El apalancamiento operativo alcanzado durante este trimestre fue compensado por un costo mayor de edulcorantes, resultando en una disminución de la resultado de operación de 10.7% en el primer trimestre del 2007, en comparación al mismo periodo del 2006. Nuestro margen de operación fue de 16.8% en el primer trimestre del 2007, una reducción de 220 puntos base en comparación con el primer trimestre del 2006, debido a la disminución del margen bruto.

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

Ingresos

Los ingresos totales alcanzaron Ps. 1,125 millones en el primer trimestre del 2007, un incremento de 17.1% comparado con el mismo periodo de 2006. El crecimiento de volumen representó más del 80% de los ingresos incrementales en el trimestre y un mayor precio promedio por caja unidad fue el balance. El precio promedio por caja unidad incrementó 2.9% a Ps. 35.71 (US\$ 3.23) en el trimestre comparado con el mismo periodo año anterior, debido a los incrementos de precios implementados a lo largo de la región combinado con un fuerte crecimiento de volumen de ventas en presentaciones individuales, las cuales tienen mayor precio promedio por caja unidad.

El volumen de ventas en nuestros territorios de Centroamérica creció 13.4% a 31.4 millones de cajas unidad en el primer trimestre del 2007 comparado con el mismo periodo de 2006, resultado de volúmenes incrementales en todos los países que comprenden la región de Centroamérica. El volumen de ventas incremental de marca *Coca-Cola* aportó cerca del 50% del crecimiento; y los refrescos de sabores y las bebidas no carbonatadas, incluyendo el agua natural, aportaron el balance prácticamente por partes iguales. En el primer trimestre del 2007, el volumen de ventas de las bebidas no-carbonatadas excluyendo el agua natural embotellada incrementaron aproximadamente 50% en comparación con el primer trimestre de 2006 debido al fuerte crecimiento de *Hi-C*, una bebida a base de jugo.

Resultado de operación

La utilidad bruta creció 19.6% en el primer trimestre de 2007 comparado con el mismo periodo de 2006, a Ps. 525 millones como resultado del apalancamiento operativo debido a mayores ingresos. Mayores costos de empaque debido al cambio de mezcla hacia presentaciones no-retornables y el incremento en los precios de edulcorantes, fueron compensados por completo por mayores ingresos y un menor costo de botellas de polietileno tereftalato ("PET"), resultando en un incremento en el margen bruto de 100 puntos base a 46.7% en el primer trimestre de 2007.

Nuestro resultado de operación incrementó 46.4% a Ps. 161 millones en el primer trimestre de 2007, comparado con el mismo periodo de 2006 impulsado por una mayor absorción de costos fijos debido al apalancamiento operativo.

Nuestro margen de operación fue 14.3% en el primer trimestre de 2007, un incremento de 290 puntos base en comparación al mismo periodo de 2006 debido a mejoras en el margen bruto y al apalancamiento operativo alcanzado.

RESULTADOS DE OPERACIÓN EN COLOMBIA

Ingresos

Los ingresos totales incrementaron 22.7% a Ps. 1,588 millones en el primer trimestre de 2007, comparado con el primer trimestre de 2006. El incremento en el volumen de ventas fue más del 60% del crecimiento y el mayor precio promedio representó el balance. Nuestro precio promedio por caja unidad creció 7.6% a Ps. 33.16 (US\$ 3.00), como resultado de los incrementos en precios implementados en trimestres anteriores así como al cambio en la mezcla hacia presentaciones no-retornables, las cuales tienen mayor precio promedio por caja unidad.

El volumen de ventas total para el primer trimestre de 2007 creció 14.0%, comparado con el mismo periodo de 2006 a 47.9 millones de cajas unidad. El crecimiento en el volumen de ventas de refrescos representó más del 85% de los volúmenes incrementales del trimestre, impulsado principalmente por la marca *Coca-Cola* y el segmento de agua natural embotellada representó la mayoría del balance. Excluyendo agua natural embotellada, el volumen de bebidas no-carbonatadas incrementó más de 70% de una base pequeña durante el trimestre, comparado con el mismo trimestre del año anterior.

Resultado de operación

Nuestra utilidad bruta incrementó 29.0% a Ps. 742 millones en el primer trimestre de 2007, comparado con el mismo periodo de 2006. El aumento de ingresos, eficiencias operativas y la apreciación del peso colombiano aplicada a nuestros insumos denominados en dólares, compensaron completamente mayores costos de empaque debido al cambio en la mezcla hacia presentaciones no-retornables, resultando en un incremento del margen bruto de 230 puntos base de 44.4% en el primer trimestre del 2006 a 46.7 en el primer trimestre del 2007.

Los gastos operativos disminuyeron 380 puntos base como porcentaje a ingresos totales, debido al apalancamiento operativo alcanzado por mayores ingresos en comparación al mismo trimestre del 2006. La resultado de operación incrementó 94.8% a Ps. 261 millones en el primer trimestre de 2007, comparado con el mismo periodo de 2006, resultando en una mejora en el margen operativo de 600 puntos base, alcanzando un margen de operación de 16.4%.

RESULTADOS DE OPERACIÓN EN VENEZUELA

Ingresos

Los ingresos totales en nuestra operación en Venezuela incrementaron 24.9% a Ps. 1,916 millones en el primer trimestre de 2007, comparado con el mismo periodo de 2006. El crecimiento en el volumen de ventas representó más del 80% de los ingresos incrementales y una mejora en el precio promedio fue el balance. Nuestro precio promedio fue Ps. 38.82 (US\$ 3.53) en el primer trimestre de 2007.

El volumen de ventas total creció 20.2% a 49.3 millones de cajas unidad durante el primer trimestre de 2007, comparado con el mismo trimestre de 2006. El volumen de ventas de refrescos creció más del 25% en el primer trimestre de 2007 comparado con el mismo periodo de 2006, la marca *Coca-Cola* aportó el 70% de este crecimiento y los refrescos de sabores fueron el balance. Las bebidas no-carbonatadas, excluyendo agua natural, crecieron 9.4% durante el trimestre en comparación con el mismo periodo del año anterior debido principalmente al volumen incremental de *Nestea*, un té helado listo para beber.

Resultado de operación

La utilidad bruta alcanzó Ps. 760 millones, un incremento del 28.8% en el primer trimestre de 2007, comparado con el mismo periodo del año anterior. A pesar de los incrementos en el costo promedio por caja unidad debido al aumento en los precios de insumos, nuestro margen bruto mejoró 120 puntos base de 38.5% in el primer trimestre del 2006 a 39.7% en el mismo periodo del 2007, debido al incremento en ingresos.

La resultado de operación alcanzó Ps. 109 millones, en el primer trimestre de 2007, un incremento significativo sobre una base pequeña comparado con el mismo periodo del año anterior, resultando en una mejora de margen operativo de 460 puntos base a 5.7%. Los gastos operativos como porcentaje de las ventas totales disminuyeron de 37.4% in el primer trimestre del 2006, a 34.0% en el mismo periodo de 2007, debido a una mayor absorción de costos fijos resultado del incremento en ingresos.

RESULTADO DE OPERACIÓN EN ARGENTINA

Ingresos

En Argentina, los ingresos totales alcanzaron Ps. 987 millones en el primer trimestre de 2007, como resultado principalmente al incremento de 11.8% en el volumen de ventas. El crecimiento en volumen contribuyó al 60% a los ingresos incrementales en el trimestre y la mejora en el precio promedio fue el balance. Este trimestre, el precio promedio por caja unidad alcanzó Ps. 21.24 (US\$ 1.92), debido a un cambio de mezcla hacia el segmento de marcas principales, las cuáles tienen un mayor precio promedio por caja unidad, compensando la caída en el volumen de ventas de las marcas de protección de valor, las cuales tienen menor precio promedio por caja unidad. El precio promedio por caja unidad en Argentina continua siendo el más bajo de nuestras operaciones.

El volumen de ventas total en el primer trimestre del 2007, incrementó 11.8% a 46.0 millones de cajas unidad, comparado con el mismo periodo de 2006. El volumen de ventas incremental de las marcas principales de refrescos, debido principalmente al crecimiento de más de 15% de la marca *Coca-Cola*, incluyendo el lanzamiento de *Coca-Cola Zero*, contribuyendo en cerca del 80% al volumen incremental. El volumen de ventas de bebidas no-carbonatadas, excluyendo agua embotellada natural, prácticamente duplicó su volumen de ventas de una base pequeña, alcanzando más del 3.0% de nuestro volumen total de ventas en el primer trimestre de 2007, comparado con 1.7% en el mismo periodo de 2006.

Resultado de operación

La utilidad bruta incrementó 24.3% a Ps. 404 millones en el primer trimestre de 2007, comparado con el primer trimestre de 2006. Un mayor costo de edulcorantes fue compensado por un menor costo de botellas PET, resultando en un incremento del margen bruto de 120 puntos base a 40.9%, comparado con el primer trimestre del 2006.

Los gastos operativos incrementaron 18.3% en el primer trimestre de 2007 debido principalmente a mayores costos de flete e incrementos en los salarios. Mayores ingresos compensaron por completo los gastos incrementales, resultando en un incremento de 35.7% en la resultado de operación a Ps. 152 millones en el primer trimestre del 2007, comparado con el mismo periodo del 2006. Nuestro margen de operación mejoró 170 puntos base a 15.4%.

RESULTADO DE LA OPERACIÓN EN BRASIL

Ingresos

Los ingresos netos incrementaron 10.3% a Ps. 2,312 millones en el primer trimestre de 2007, comparados con el mismo periodo de 2006. Excluyendo cerveza, los ingresos netos incrementaron 9.9% a Ps. 2083 millones en el primer trimestre de 2007, comparado con el mismo periodo de 2006; el crecimiento en el volumen de ventas representó el 70% de los ingresos netos incrementales y el incremento en el precio promedio por caja unidad fue el balance. Excluyendo cerveza, el precio promedio por caja unidad incrementó 2.7% a Ps. 28.71 (US\$ 2.60) durante el primer trimestre de 2007, debido al cambio en la mezcla de ventas hacia las marcas principales, las cuales tienen mayor precio promedio por caja unidad comparado con las marcas de protección de valor. El total de ingresos de cerveza fue de Ps. 230 millones en el primer trimestre de 2007.

El volumen de ventas, excluyendo cerveza, incrementó 7.0% a 72.5 millones de cajas unidad en el primero trimestre de 2007 comparado con el mismo trimestre del año anterior. El volumen de ventas de refrescos representó más del 90% del volumen de ventas incremental, impulsado principalmente por la marca *Coca-Cola*. El volumen de ventas de bebidas no-carbonatadas, excluyendo agua embotellada natural, casi duplicó su tamaño de una base pequeña, alcanzando el 1.7% de nuestro volumen de total de ventas, debido a la introducción del agua saborizada sin calorías de la marca *Aquarius*, combinado con un fuerte desempeño de *Minute Maid Mais*, bebida hecha a base de jugo de frutas.

Resultado de operación

En el primer trimestre de 2007, nuestra utilidad bruta incrementó 10.0% a Ps. 1,004 millones, comparado con el mismo periodo del año anterior. Mayores ingresos compensaron el incremento del costo promedio por caja unidad, resultando en una mejora del margen bruto de 10 puntos base a 43.3% en el primer trimestre de 2007.

Nuestros gastos de operación, como porcentaje del total de ingresos, disminuyeron de 27.0% en el primer trimestre de 2006 a 26.2% en el mismo periodo de 2007, debido a una mayor absorción de gastos resultado de los ingresos incrementales. La resultado de operación alcanzó Ps. 397 millones en el primer trimestre de 2007, un aumento de 16.1% comparado con el mismo trimestre de 2006.

INFORMACIÓN PARA LA CONFERENCIA TELEFÓNICA

Nuestra conferencia telefónica del primer trimestre de 2007 se llevará a cabo el día 27 de abril de 2007 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 5 de mayo de 2007. Para escuchar la repetición, favor de marcar: U.S. locales: 888-286-8010. Internacional: 617-801-6888. Contraseña: 98344233.



Coca-Cola FEMSA, S.A.B. 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 31 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 31.6% 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 las Normas de Información Financieras aplicables en México (NIF mexicanas). Todas las cifras están expresadas en pesos mexicanos constantes con poder adquisitivo al 31 de marzo de 2007. Para fines de comparación las cifras de la compañía para 2007 y 2006, 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 31 de marzo de 2007 publicado por el banco central de cada país. Además, todas las comparaciones para el primer trimestre de 2007 contenidas en este reporte, han sido hechas contra cifras del periodo comparable de 2006, 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 marzo de 2007, el cual fue de Ps. 11.0427 por cada \$1.00.



(a continuación 6 págs de tablas)

Estado de Situación Financiera Consolidado

Expresado en millones de pesos mexicanos de poder adquisitivo al 31 de marzo de 2007.

ACTIVO		Mar-07		Dic-06
Activos circulantes				
Efectivo y valores de realiz. inm.	Ps.	7,758	Ps.	4,654
Total cuentas por cobrar		2,778		3,050
Inventarios		3,104		2,880
Pagos anticipados y otros		1,057		886
Total activos circulantes		14,697		11,470
Propiedad, planta y equipo				
Propiedad, planta y equipo		34,822		34,825
Depreciación acumulada		(15,812)		(15,617)
Botellas y cajas, neto		1,177		1,208
Total propiedad, planta y equipo		20,187		20,416
Inversión en acciones y otros		439		448
Cargos diferidos neto		1,762		1,809
Activos intangibles y otros activos		42,816		42,420
TOTAL ACTIVO	Ps.	79,901	Ps.	76,563

PASIVO Y CAPITAL CONTABLE		Mar-07		Dic-06
Pasivo circulante				
Deuda a corto plazo y documentos	Ps.	3,303	Ps.	3,242
Intereses por pagar		268		273
Proveedores		4,764		5,330
Otros pasivos corto plazo		4,661		3,556
Pasivo circulante		12,996		12,401
Préstamos bancarios y documentos por pagar a largo plazo		18,724		16,354
Plan de pensiones, prima de antigüedad		903		882
Otros pasivos largo plazo		4,331		5,101
Total pasivo		36,954		34,738
Capital Contable				
Interés minoritario		1,344		1,252
Interés mayoritario:				
Capital social		3,034		3,034
Prima en suscripción de acciones		12,981		12,981
Utilidades retenidas		26,831		22,619
Utilidad neta del periodo		1,145		5,020
Resultado acumulado por tenencia de activos no monetarios		-2,388		-3,081
Total interés mayoritario		41,603		40,573
Total capital contable		42,947		41,825
TOTAL PASIVO Y CAPITAL	Ps.	79,901	Ps.	76,563

Estado de Resultados

Expresado en millones de pesos mexicanos⁽¹⁾ de poder adquisitivo al 31 de marzo de 2007.

	1T 07	% Ing	1T 06	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad) ⁽²⁾	498.8		465.6		7.1%
Precio promedio por caja unidad ⁽²⁾	29.54		28.98		1.9%
Ventas netas	14,961		13,696		9.2%
Otros ingresos de operación	59		54		9.3%
Ingresos totales	15,020	100%	13,750	100%	9.2%
Costo de ventas	8,002	53.3%	7,185	52.3%	11.4%
Utilidad bruta	7,018	46.7%	6,565	47.7%	6.9%
Gastos de Operación	4,744	31.6%	4,513	32.8%	5.1%
Utilidad de operación	2,274	15.1%	2,052	14.9%	10.8%
Otros gastos, neto	166		46		260.9%
Gastos financieros	484		548		-11.7%
Productos financieros	134		81		65.4%
Gastos financieros, neto	350		467		-25.1%
Pérdida cambiaria	93		171		-45.6%
Ganancia por posición monetaria	(194)		(170)		14.1%
Instrumento derivado de no-cobertura pérdida	30		36		-16.7%
Costo integral de financ.	279		504		-44.6%
Utilidad antes de impuestos	1,829		1,502		21.8%
Impuestos	624		496		25.8%
Utilidad neta consolidada	1,205		1,006		19.8%
Utilidad mayoritaria	1,145	7.6%	969	7.0%	18.2%
Utilidad minoritaria	60		37		62.2%
Utilidad de operación	2,274	15.1%	2,052	14.9%	10.8%
Depreciación	381		379		0.5%
Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	330		325		1.5%
Flujo operativo ⁽³⁾	2,985	19.9%	2,756	20.0%	8.3%

⁽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 México

Expresado en millones de pesos mexicanos⁽¹⁾ de poder adquisitivo al 31 de marzo de 2007.

	1T 07	% Ing	1T 06	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad) ⁽²⁾	251.7		246.0		2.3%
Precio promedio por caja unidad	28.01		28.49		-1.7%
Ventas netas	7,050		7,008		0.6%
Otros ingresos de operación	37		23		60.9%
Ingresos totales	7,087	100.0%	7,031	100.0%	0.8%
Costo de ventas	3,504	49.4%	3,308	47.0%	5.9%
Utilidad bruta	3,583	50.6%	3,723	53.0%	-3.8%
Gastos de Operación	2,389	33.7%	2,386	33.9%	0.1%
Utilidad de operación	1,194	16.8%	1,337	19.0%	-10.7%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	406	5.7%	403	5.7%	0.7%
Flujo Operativo ⁽³⁾	1,600	22.6%	1,740	24.7%	-8.0%

⁽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 31 de marzo de 2007.

	1T 07	% Ing	1T 06	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad) ⁽²⁾	31.4		27.7		13.4%
Precio promedio por caja unidad	35.71		34.69		2.9%
Ventas netas	1,122		961		16.8%
Otros ingresos de operación	3		-		N.A.
Ingresos totales	1,125	100.0%	961	100.0%	17.1%
Costo de ventas	600	53.3%	522	54.3%	14.9%
Utilidad bruta	525	46.7%	439	45.7%	19.6%
Gastos de Operación	364	32.4%	329	34.2%	10.6%
Utilidad de operación	161	14.3%	110	11.4%	46.4%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	55	4.9%	56	5.8%	-1.8%
Flujo Operativo ⁽³⁾	216	19.2%	166	17.3%	30.1%

⁽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 2007.

	1T 07	% Ing	1T 06	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad) ⁽²⁾	47.9		42.0		14.0%
Precio promedio por caja unidad	33.16		30.81		7.6%
Ventas netas	1,588		1,294		22.7%
Otros ingresos de operación	-		-		N.A.
Ingresos totales	1,588	100.0%	1,294	100.0%	22.7%
Costo de ventas	846	53.3%	719	55.6%	17.7%
Utilidad bruta	742	46.7%	575	44.4%	29.0%
Gastos de Operación	481	30.3%	441	34.1%	9.1%
Utilidad de operación	261	16.4%	134	10.4%	94.8%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	78	4.9%	78	6.0%	0.0%
Flujo Operativo ⁽³⁾	339	21.3%	212	16.4%	59.9%

⁽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 2007.

	1T 07	% Ing	1T 06	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad) ⁽²⁾	49.3		41.0		20.2%
Precio promedio por caja unidad	38.82		37.29		4.1%
Ventas netas	1,913		1,529		25.1%
Otros ingresos de operación	3		5		-40.0%
Ingresos totales	1,916	100.0%	1,534	100.0%	24.9%
Costo de ventas	1,156	60.3%	944	61.5%	22.5%
Utilidad bruta	760	39.7%	590	38.5%	28.8%
Gastos de Operación	651	34.0%	573	37.4%	13.6%
Utilidad de operación	109	5.7%	17	1.1%	541.2%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	74	3.9%	80	5.2%	-7.5%
Flujo Operativo ⁽³⁾	183	9.6%	97	6.3%	88.7%

⁽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 Argentina

Expresado en millones de pesos mexicanos⁽¹⁾ de poder adquisitivo al 31 de marzo de 2007.

	1T 07	% Ing	1T 06	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad) ⁽²⁾	46.0		41.1		11.8%
Precio promedio por caja unidad	21.24		19.64		8.2%
Ventas netas	976		807		20.9%
Otros ingresos de operación	11		12		-8.3%
Ingresos totales	987	100.0%	819	100.0%	20.5%
Costo de ventas	583	59.1%	494	60.3%	18.0%
Utilidad bruta	404	40.9%	325	39.7%	24.3%
Gastos de Operación	252	25.5%	213	26.0%	18.3%
Utilidad de operación	152	15.4%	112	13.7%	35.7%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	49	5.0%	42	5.1%	16.7%
Flujo Operativo ⁽³⁾	201	20.4%	154	18.8%	30.5%

⁽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 2007.

	1T 07 ⁽²⁾	% Rev	1T 06 ⁽³⁾	% Rev	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad) ⁽²⁾	72.5		67.8		7.0%
Precio promedio por caja unidad	28.71		27.96		2.7%
Ventas netas	2,312		2,097		10.3%
Otros ingresos de operación	5		14		-64.3%
Ingresos totales	2,317	100.0%	2,111	100.0%	9.8%
Costo de ventas	1,313	56.7%	1,198	56.8%	9.6%
Utilidad bruta	1,004	43.3%	913	43.2%	10.0%
Gastos de Operación	607	26.2%	571	27.0%	6.3%
Utilidad de operación	397	17.1%	342	16.2%	16.1%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽⁴⁾	49	2.1%	45	2.1%	8.9%
Flujo Operativo ⁽⁵⁾	446	19.2%	387	18.3%	15.2%

⁽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 31 de marzo de 2007 y 2006

Expresado en millones de pesos mexicanos de poder adquisitivo al 31 de marzo de 2007

	1T 06
Inversión en Activos fijos	452.5
Depreciación	378.9
Amortización y Otros cargos virtuales	324.7

	1T 07
Inversión en Activos fijos	530.3
Depreciación	381.4
Amortización y Otros cargos virtuales	330.0

VOLUMEN

Expresado en millones de cajas unidad

	1T 06				
	Refrescos	Agua ⁽¹⁾	Garrafón	Otros	Total
México	195.5	11.5	37.1	1.9	246.0
Centroamérica	25.3	1.2	-	1.2	27.7
Colombia	36.8	2.3	2.5	0.4	42.0
Venezuela	35.4	2.4	1.1	2.1	41.0
Brasil	61.4	5.8	-	0.6	67.8
Argentina	40.0	0.4	-	0.7	41.1
Total	394.4	23.6	40.7	6.9	465.6

	1T 07				
	Refrescos	Agua ⁽¹⁾	Garrafón	Otros	Total
México	196.9	12.9	39.3	2.6	251.7
Centroamérica	28.1	1.5	-	1.8	31.4
Colombia	41.7	2.8	2.8	0.7	47.9
Venezuela	44.4	2.5	-	2.3	49.3
Brasil	65.7	5.7	-	1.2	72.5
Argentina	44.4	0.1	-	1.4	46.0
Total	421.2	25.4	42.1	10.1	498.8

(1) Excluye presentaciones mayores a 19.0 lts.

Marzo 2007

Información macroeconómica

	Inflación ⁽¹⁾		Tipo de Cambio (moneda local por U.S. Dólar) ⁽²⁾		
	12 M	1T 07	Mar 07	Dic 06	Mar 06
México	4.05%	1.02%	11.0507	10.8755	10.9510
Colombia	4.48%	3.18%	2,190.3000	2,238.7900	2,289.9800
Venezuela	16.97%	2.63%	2,150.0000	2,150.0000	2,150.0000
Argentina	9.84%	2.23%	3.1000	3.0620	3.0820
Brasil	2.81%	1.24%	2.0504	2.1380	2.1724

⁽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.