

FEMSA Reporta Sólido Crecimiento en el Segundo Trimestre del 2006

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

Datos Sobresalientes del Segundo Trimestre 2006

FEMSA

- **Los ingresos totales aumentaron 13%, ascendiendo a 31,869 millones de pesos.**
- **La utilidad de operación se incrementó 9%, ascendiendo a 4,846 millones de pesos.** Todas las unidades de negocio contribuyeron a este crecimiento.
- **La utilidad neta mayoritaria se incrementó 22%, ascendiendo a 1,820 millones de pesos.**

Unidades de Negocio

- **FEMSA Cerveza (excluyendo Kaiser) incrementó 10% sus ingresos totales y su utilidad de operación en 19%.** El volumen de ventas nacional creció 7.6% y el precio nacional por hectolitro aumentó 4.8%.
- **Coca-Cola FEMSA aumentó 4% sus ingresos totales, resultado principalmente del crecimiento alcanzado en Brasil y Centroamérica.** En México se logró un importante crecimiento en volumen de ventas, pero el entorno de precios fue desfavorable principalmente en el Valle de México.
- **Oxxo incrementó 23% sus ingresos totales, impulsados por 152 nuevas tiendas netas y un crecimiento de 10% en las ventas-mismas-tiendas.** Oxxo cuenta ahora con 4,366 tiendas en México.

"El entorno favorable en la mayoría de los mercados continuó durante el segundo trimestre del 2006 sobre todo en México, por lo que nuestras operaciones de cerveza aprovecharon esta situación y lograron un gran crecimiento de volumen con precios ligeramente más fuertes que el año anterior. Continuamos abriendo Oxxos a un ritmo muy acelerado, alcanzando 700 tiendas abiertas en los últimos 12 meses al 30 de junio del 2006. Coca-Cola FEMSA logró sólidos resultados a pesar de una base de comparación difícil. Eventos como la copa mundial de fútbol, así como el período previo a las elecciones presidenciales en México, contribuyeron a incrementar la demanda por nuestros productos en este trimestre. Todo esto confirma que nuestro equipo FEMSA continúa ejecutando de forma efectiva nuestra estrategia integrada de bebidas, y que vamos por muy buen camino para lograr nuestro objetivo de sólido crecimiento para este año", comentó José Antonio Fernández Carbajal, presidente y director general de FEMSA.

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



FEMSA Consolidado

Los **ingresos totales** se incrementaron 13.2% ascendiendo a 31,869 millones de pesos en el 2T06. Este crecimiento fue resultado del aumento en ingresos en cada uno de nuestras unidades de negocio: 23% en los ingresos de Oxxo, 10.2% en FEMSA Cerveza y 3.9% en Coca-Cola FEMSA.

Para el primer semestre del 2006, los ingresos totales de FEMSA se incrementaron 14.1% ascendiendo a 59,543 millones de pesos.

La **utilidad bruta** se incrementó 11.8% ascendiendo a 14,960 millones de pesos en el 2T06, resultando de la disminución de 60 puntos base en el margen bruto, alcanzando 46.9% de los ingresos totales. Esto fue resultado de la mejora en 180 puntos base en el margen bruto de FEMSA Cerveza, la cual no fue suficiente para compensar la contracción del margen bruto de 120 puntos base en Coca-Cola FEMSA, la inclusión de las operaciones de Kaiser y la mayor contribución de las operaciones de Oxxo, las cuales expandieron su margen bruto este trimestre pero tienen un margen menor al de nuestras operaciones de bebidas.

Para el primer semestre del 2006, la utilidad bruta se incrementó 13.5% ascendiendo a 27,614 millones de pesos. El margen bruto disminuyó 20 puntos base a 46.4% de los ingresos totales en comparación a los niveles del 2005, debido principalmente por la mayor contribución de Oxxo y la inclusión de las operaciones de Kaiser.

La **utilidad de operación** se incrementó 9.1% ascendiendo a 4,846 millones de pesos en el 2T06, resultando en una contracción de 60 puntos base en el margen de operación, alcanzando 15.2% de los ingresos. Al igual que con la utilidad bruta, esta disminución se atribuye a la mayor contribución de Oxxo, la inclusión de las operaciones de Kaiser en nuestros resultados consolidados y una disminución de 60 puntos base en el margen de operación Coca-Cola FEMSA. Esta disminución fue compensada parcialmente por una mejora de 170 puntos base en el margen de FEMSA Cerveza.

Para el primer semestre del 2006, la utilidad de operación se incrementó 11.1% ascendiendo a 8,129 millones de pesos. El margen de operación consolidado disminuyó 30 puntos base a 13.7% de los ingresos totales, en comparación a los niveles del 2005.

La **utilidad neta** disminuyó 1.4% a 2,219 millones de pesos en el 2T06. Lo anterior, a pesar de un fuerte crecimiento en la utilidad de operación, una disminución en los gastos financieros y una reducción en la tasa efectiva de impuestos; estos factores no lograron compensar una menor ganancia por posición monetaria debido al impacto inflacionario en nuestra menor deuda neta y una pérdida cambiaria dada la depreciación del peso mexicano contra el dólar estadounidense aplicado a nuestra deuda denominada en dólares. La tasa efectiva de impuestos para el trimestre fue de 33.0%.

Para el primer semestre del 2006, la utilidad neta se incrementó 13.6% ascendiendo a 3,878 millones de pesos resultado del fuerte crecimiento en utilidad de operación combinado, con una disminución en gastos financieros y una reducción en la tasa efectiva de impuestos.

La **utilidad neta mayoritaria** por Unidad¹ FEMSA fue de 1.526 pesos en el 2T06. La utilidad neta mayoritaria por cada ADS de FEMSA, usando un tipo de cambio de 11.3973 pesos por dólar, fue de 1.339 dólares en el trimestre.

La **inversión en activo fijo** se incrementó 34.3% a 2,040 millones de pesos en el 2T06, reflejando principalmente el incremento de inversión en todas nuestras unidades de negocio, en línea con lo presupuestado.

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

Deuda neta consolidada. Al 30 de junio del 2006, FEMSA registró un saldo de efectivo de 8,680 millones de pesos (762 millones de dólares), deuda a corto plazo de 9,004 millones de pesos (790 millones de dólares) y deuda a largo plazo de 27,843 millones de pesos (2,443 millones de dólares), para un saldo de deuda neta de 28,167 millones de pesos (2,471 millones de dólares).

Refrescos – Coca-Cola FEMSA

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

Cerveza – FEMSA Cerveza

El **volumen de ventas nacional** aumentó 7.6% a 7.022 millones de hectolitros en el 2T06, resultado de un entorno favorable de consumo, efectivas estrategias comerciales y compañías de mercadotecnia implementadas en nuestras marcas *Tecate Light*, *Sol* e *Indio*, así como también a un efecto favorable por la Semana Santa y la Copa Mundial de Fútbol.

Para el primer semestre del 2006, el volumen de ventas nacional se incrementó 5.8% a 12.536 millones de hectolitros.

El **volumen de ventas de exportación** disminuyó 0.5% a 0.761 millones de hectolitros en el 2T06, debido a la ligera acumulación de inventario en el mercado estadounidense durante el primer trimestre, el cual se distribuyó en los canales hasta el segundo trimestre. En los primeros seis meses del 2006, el volumen de ventas de exportación se incrementó 15.4% a 1.406 millones de hectolitros. Este resultado está de acuerdo a lo planeado y va encaminado al objetivo para el 2006. En conjunto con Heineken USA, continuamos incrementando la cobertura y mercadeo para nuestras marcas en Estados Unidos.

Los **ingresos totales** se incrementaron 10.2% ascendiendo a 8,384 millones de pesos en el 2T06, resultado principalmente de un aumento de 10.7% en las ventas de cerveza. Al crecimiento de las ventas de cerveza contribuyeron positivamente tanto el volumen de ventas total, como el precio nacional por hectolitro, los cuales registraron crecimientos de 6.7% y 4.8%, respectivamente. El aumento de precios en el mercado nacional implementado en enero, combinado con un entorno de precios favorable, así como un incremento en nuestra distribución directa, dieron como resultado un incremento en el precio nacional por hectolitro. Por el contrario, el precio de exportación por hectolitro disminuyó 4.2% durante el 2T06, debido a la apreciación del peso en términos reales, así como al efecto geográfico y en mezcla debido a una menor base de comparación en la costa Oeste de Estados Unidos.

Para el primer semestre del 2006, los ingresos totales se incrementaron 10.3% ascendiendo a 14,858 millones de pesos, gracias al incremento de 10.3% en las ventas de cerveza. El volumen de ventas de exportación representó 10.1% del volumen de ventas total de cerveza, comparado con 9.3% en el 2005.

El **costo de ventas** aumentó 5.5% a 3,205 millones de pesos en el 2T06. Este incremento fue por debajo del aumento en los ingresos totales, como resultado de la mejora en la absorción de los costos fijos y las eficiencias de operación, factores que 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 13.4% ascendiendo a 5,179 millones de pesos en el 2T06, logrando una expansión de 180 puntos base del margen bruto, alcanzando 61.8% de los ingresos totales.

Para el primer semestre del 2006, el costo de ventas aumentó 5.7% a 5,811 millones de pesos. El margen bruto creció en 170 puntos base, alcanzando 60.9% de los ingresos totales.

La **utilidad de operación** se incrementó 18.8% ascendiendo a 1,963 millones de pesos en el 2T06. Este aumento fue impulsado por un sólido crecimiento en los ingresos y un bajo costo de ventas, combinado con la estabilidad en los gastos de operación como porcentaje de los ingresos totales. Los gastos de operación se incrementaron 10.3% a 3,216 millones de pesos, alcanzando 38.4% de los ingresos totales en el 2T06. Las principales razones para este incremento fueron el aumento de mercadotecnia para nuestras marcas, mejoras a nuestra estructura operativa y a gastos relacionados con la integración de distribuidores independientes a nuestra red de distribución directa. Registramos una expansión de 170 puntos base del margen de operación durante el trimestre, alcanzando 23.4% de los ingresos totales.

Para el primer semestre del 2006, la utilidad de operación se incrementó 18.6% ascendiendo a 2,935 millones de pesos, alcanzando 19.8% 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 el segundo trimestre y primer semestre del 2006 de Kaiser como parte de FEMSA Cerveza.

En el 2T06, los ingresos totales de Kaiser alcanzaron 944 millones de pesos, con un volumen de ventas de 1.854 millones de hectolitros. A consecuencia de la proximidad del invierno en Brasil, los volúmenes de cerveza fueron disminuyendo con respecto al primer trimestre del año y por lo tanto la absorción de los costos fijos fue menor durante el 2T06. El costo de ventas ascendió a 590 millones de pesos, resultando en un margen bruto de 37.5% de los ingresos totales. Los gastos de operación alcanzaron 382 millones de pesos representando 40.5% de los ingresos totales, con gastos de administración de 108 millones de pesos y gastos de ventas de 274 millones de pesos. El trimestre mostró una pérdida operativa de 28 millones de pesos.

Como hemos mencionado anteriormente, nuestro enfoque es ejecutar estrategias comerciales con la finalidad de estabilizar el negocio, mientras continuamos el proceso de analizar y definir cuál será el portafolio óptimo de marcas y presentaciones para el mercado brasileño de cerveza. Estamos encaminados al logro de nuestro objetivo para el 2006.

Tiendas Oxxo – FEMSA Comercio

Los **ingresos totales** se incrementaron 23.0% ascendiendo a 8,933 millones de pesos en el 2T06. Este aumento fue resultado principalmente de la apertura neta de 152 nuevas tiendas Oxxo en el trimestre y de un total de 706 nuevas tiendas Oxxo en los últimos doce meses para llegar a un total actualmente de 4,366 Oxxos en todo el país.

Para el primer semestre del 2006, los ingresos totales se incrementaron 20.9% ascendiendo a 16,441 millones de pesos.

Las ventas-mismas-tiendas de Oxxo se incrementaron en promedio 9.8% en el 2T06, impulsadas por incrementos de 6.3% en el tráfico por tienda y de 3.3% en el ticket promedio. Estos incrementos reflejan la efectiva actividad promocional y mejores prácticas de manejo de categorías, que están permitiendo a Oxxo atraer mayor tráfico a la tienda y a la vez lograr un ligero aumento en el ticket por transacción.

Para el primer semestre del 2006, las ventas-mismas-tiendas de Oxxo se incrementaron en un promedio de 8.6%, impulsadas por incrementos de 6.4% en el tráfico por tienda y de 2.2% en el ticket promedio.

El costo de ventas se incrementó 22.5% a 6,577 millones de pesos en el 2T06, resultando en una mejora de 30 puntos base en el margen bruto, alcanzando 26.4% 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 25.1% ascendiendo a 384 millones de pesos en el 2T06. Continuamos invirtiendo en la infraestructura de Oxxo para fortalecer nuestro sistema de negocios dado el rápido ritmo de expansión de tiendas. Por ejemplo, seguimos desarrollando nuestros sistemas de información y las capacidades para el manejo de abasto, conscientes de que esto pone presión a nuestros márgenes en el corto plazo. Aun con todo esto, se logró una expansión de 10 puntos base del margen de operación durante el trimestre, alcanzando 4.3% de los ingresos totales y reflejando una mejora como porcentaje de los ingresos totales. Adicionalmente, este trimestre el crecimiento en los gastos de operación se acentuó por aumentos de cargos por servicios corporativos e incrementos en el costo de energía eléctrica combinado con mayor consumo dada las altas temperaturas, particularmente en el Norte del país.

Para el primer semestre del 2006, la utilidad de operación se incrementó 17.2% ascendiendo a 566 millones de pesos. Esto representa un margen de operación de 3.4% de los ingresos totales, lo cual refleja una contracción de 20 puntos base en comparación a los niveles del 2005. Esta disminución es efecto del aumento en gastos relacionados con la distribución directa y la expansión de tiendas Oxxo, tales como incrementos en la compensación basada en el desempeño y la adición de personal para laborar en las tres nuevas oficinas regionales.

INFORMACIÓN PARA LA CONFERENCIA TELEFÓNICA:

La conferencia telefónica del Segundo Trimestre del 2006 se llevará a cabo el lunes 31 de julio del 2006 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) 981-4903. 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 6 de agosto del 2006. Para escuchar la grabación marque: (719) 457-0820, Clave: 9643656.

Se presentó cierta información financiera no auditada de FEMSA para el segundo trimestre y primer semestre del 2006 comparada con el segundo trimestre y primer semestre 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. 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 30 de junio del 2006. Por lo tanto, todos los cambios porcentuales están expresados en términos reales.

La conversión de pesos mexicanos a dólares americanos se incluye sólo para conveniencia del lector, usando el tipo de cambio aplicable al cierre del trimestre de 11.3973 pesos por dólar.

DECLARACIONES SOBRE EXPECTATIVAS

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

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

FEMSA
Estado de Resultados Consolidado
Millones de pesos

	Por el segundo trimestre de:					Por los seis meses de:				
	2006	% Integral	2005	% Integral	% Crecimiento	2006	% Integral	2005	% Integral	% Crecimiento
Ventas netas	31,746	99.6	28,016	99.5	13.3	59,321	99.6	51,893	99.4	14.3
Otros ingresos de operación	123	0.4	137	0.5	(10.2)	222	0.4	287	0.6	(22.6)
Ingresos Totales	31,869	100.0	28,153	100.0	13.2	59,543	100.0	52,180	100.0	14.1
Costo de ventas	16,909	53.1	14,769	52.5	14.5	31,929	53.6	27,847	53.4	14.7
Utilidad bruta	14,960	46.9	13,384	47.5	11.8	27,614	46.4	24,333	46.6	13.5
Gastos de administración	2,091	6.6	1,782	6.3	17.3	4,080	6.9	3,495	6.7	16.7
Gastos de venta	8,023	25.1	7,159	25.4	12.1	15,405	25.8	13,521	25.9	13.9
Gastos de operación	10,114	31.7	8,941	31.7	13.1	19,485	32.7	17,016	32.6	14.5
Utilidad de operación	4,846	15.2	4,443	15.8	9.1	8,129	13.7	7,317	14.0	11.1
Gasto financiero	(1,021)		(1,091)		(6.4)	(1,998)		(2,158)		(7.4)
Producto financiero	184		172		7.0	345		295		16.9
Gasto financiero, neto	(837)		(919)		(8.9)	(1,653)		(1,863)		(11.3)
Fluctuación cambiaria	(294)		169		N.S.	(436)		139		N.S.
Ganancia por posición monetaria	(18)		(24)		(25.0)	214		296		(27.7)
Valuación de mercado de instrumentos financieros de no cobertura	(28)		23		N.S.	(59)		22		N.S.
Costo integral de financiamiento	(1,177)		(751)		56.7	(1,934)		(1,406)		37.6
Otros (gastos) productos	(349)		(130)		N.S.	(343)		(260)		31.9
Utilidad antes de impuestos	3,320		3,562		(6.8)	5,852		5,651		3.6
Impuestos	(1,101)		(1,312)		(16.1)	(1,974)		(2,237)		(11.8)
Utilidad neta consolidada	2,219		2,250		(1.4)	3,878		3,414		13.6
Utilidad mayoritaria	1,820		1,497		21.6	2,953		2,257		30.8
Utilidad minoritaria	399		753		(47.0)	925		1,157		(20.1)

EBITDA y CAPEX

Utilidad de operación	4,846	15.2	4,443	15.8	9.1	8,129	13.7	7,317	14.0	11.1
Depreciación	1,018	3.2	855	3	19.1	1,976	3.3	1,740	3.3	13.6
Amortización y otros	952	3.0	971	3.5	(2.0)	1,841	3.1	1,746	3.4	5.4
EBITDA	6,816	21.4	6,269	22.3	8.7	11,946	20.1	10,803	20.7	10.6
Inversión en activo fijo	2,040		1,519		34.3	3,307		2,585		27.9

RAZONES FINANCIERAS

	2006	2005	Var. p.p.
Liquidez ⁽¹⁾	0.93	1.28	(0.35)
Cobertura de intereses ⁽²⁾	7.23	5.80	1.43
Apalancamiento ⁽³⁾	0.96	1.04	(0.08)
Capitalización ⁽⁴⁾	34.44%	39.80%	(5.36)

⁽¹⁾ Total activo circulante / total pasivo circulante.

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

⁽³⁾ Total pasivos / total capital contable.

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

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

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

ACTIVOS	2006	2005	% Crecimiento
Efectivo y valores de realiz. inmediata	8,680	10,758	(19.3)
Cuentas por cobrar	5,817	5,760	1.0
Inventarios	7,131	5,890	21.1
Pagos anticipados y otros	2,608	1,265	N.S.
Total activo circulante	24,236	23,673	2.4
Propiedad, planta y equipo, neto	50,376	48,107	4.7
Activos intangibles ⁽¹⁾	52,906	48,782	8.5
Cargos diferidos	6,949	6,199	12.1
Otros activos	2,832	3,306	(14.3)
TOTAL ACTIVOS	137,299	130,067	5.6

PASIVOS Y CAPITAL CONTABLE

Préstamos bancarios C.P.	2,839	679	N.S.
Vencimientos del pasivo L.P. a C.P.	6,165	3,408	80.9
Intereses por pagar	374	359	4.2
Pasivo de operación	16,747	14,069	19.0
Total pasivo circulante	26,125	18,515	41.1
Préstamos bancarios	27,843	38,166	(27.0)
Impuestos diferidos	3,657	3,953	(7.5)
Obligaciones laborales	2,597	2,140	21.4
Otros pasivos	6,947	3,388	N.S.
Total pasivos	67,169	66,162	1.5
Total capital contable	70,130	63,905	9.7
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	137,299	130,067	5.6

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

Mezcla de monedas y tasas	Junio 30, 2006		
	Ps.	% Integral	Tasa Promedio
Contratado en:			
Pesos mexicanos	25,421	69.0%	9.6%
Dólares	9,803	26.7%	6.9%
Pesos Argentinos	521	1.4%	10.3%
Bolivares Venezolanos	381	1.0%	11.2%
Reales	378	1.0%	14.6%
Pesos Colombianos	343	0.9%	8.3%
Deuda total	36,847	100.0%	9.0%
Tasa fija ⁽¹⁾	33,212	90.1%	
Tasa variable ⁽¹⁾	3,635	9.9%	

% de la Deuda total	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012+
Vencimientos de la deuda	12.6%	12.7%	14.4%	15.8%	13.3%	11.1%	20.1%

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

Coca-Cola FEMSA
Resultados de Operación
Millones de pesos

	Por el segundo trimestre de:					Por los seis meses de:				
	2006	% Integral	2005	% Integral	% Crecimiento	2006	% Integral	2005	% Integral	% Crecimiento
Ventas netas	14,061	99.7	13,494	99.4	4.2	26,947	99.6	25,375	99.3	6.2
Otros ingresos de operación	47	0.3	86	0.6	(45.3)	101	0.4	189	0.7	(46.6)
Ingresos totales	14,108	100.0	13,580	100.0	3.9	27,048	100.0	25,564	100.0	5.8
Costo de ventas	7,301	51.8	6,867	50.6	6.3	14,049	51.9	13,091	51.2	7.3
Utilidad bruta	6,807	48.2	6,713	49.4	1.4	12,999	48.1	12,473	48.8	4.2
Gastos administración	775	5.5	718	5.3	7.8	1,529	5.7	1,425	5.6	7.3
Gastos venta	3,653	25.8	3,620	26.6	0.9	7,140	26.4	6,858	26.8	4.1
Gastos operación	4,428	31.3	4,338	31.9	2.1	8,669	32.1	8,283	32.4	4.7
Utilidad de operación	2,379	16.9	2,375	17.5	0.2	4,330	16.0	4,190	16.4	3.3
Depreciación	355	2.5	337	2.5	5.3	710	2.6	663	2.6	7.1
Amortización y otros	358	2.5	304	2.2	17.8	664	2.5	593	2.3	12.0
EBITDA	3,092	21.9	3,016	22.2	2.5	5,704	21.1	5,446	21.3	4.7
Inversión en activo fijo	683		404		69.1	1,122		599		87.3

Volumen de ventas
(Millones de cajas unidad)

	2006	% Integral	2005	% Integral	% Crecimiento	2006	% Integral	2005	% Integral	% Crecimiento
México	289.2	57.2	278.6	57.2	3.8	535.3	55.1	506.3	54.7	5.7
Centroamérica	30.3	6.0	28.0	5.7	8.4	58.6	6.0	54.1	5.9	8.3
Colombia	45.3	9.0	44.5	9.1	1.8	87.3	9.0	86.6	9.4	0.8
Venezuela	44.2	8.7	45.3	9.3	(2.5)	85.2	8.8	85.7	9.3	(0.6)
Brasil	60.2	11.9	58.5	12.0	2.9	128.0	13.2	120.6	13.0	6.1
Argentina	36.7	7.3	32.1	6.6	14.3	77.7	8	71.5	7.7	8.7
Total Coca-Cola FEMSA	505.9	100.0	487.0	99.9	3.9	972.1	100.1	924.8	100.0	5.1

FEMSA Cerveza
Resultados de Operación
Millones de pesos

Por el segundo trimestre de:

	FEMSA Cerveza					Kaiser		Total FEMSA Cerveza	
	2006	% Integral	2005	% Integral	% Crecimiento	2006	% Integral	2006	% Integral
Ventas nacionales de cerveza	6,747	80.5	5,983	78.7	12.8			7,691	82.5
Ventas de exportación de cerveza	778	9.3	816	10.7	(4.7)			778	8.3
Ventas de cerveza	7,525	89.8	6,799	89.4	10.7			8,469	90.8
Ventas de empaque	804	9.5	756	9.9	6.3			804	8.6
Ventas netas	8,329	99.3	7,555	99.3	10.2	944	100.0	9,273	99.4
Otros ingresos de operación	55	0.7	51	0.7	7.8	-	-	55	0.6
Ingresos totales	8,384	100.0	7,606	100.0	10.2	944	100.0	9,328	100.0
Costo de ventas	3,205	38.2	3,039	40.0	5.5	590	62.5	3,795	40.7
Utilidad bruta	5,179	61.8	4,567	60.0	13.4	354	37.5	5,533	59.3
Gastos de administración	949	11.3	858	11.3	10.6	108	11.4	1,057	11.3
Gastos de venta	2,267	27.1	2,057	27.0	10.2	274	29.1	2,541	27.3
Gastos de operación	3,216	38.4	2,915	38.3	10.3	382	40.5	3,598	38.6
Utilidad de operación	1,963	23.4	1,652	21.7	18.8	(28)	(3.0)	1,935	20.7
Depreciación	369	4.4	374	4.9	(1.3)	44	4.7	413	4.4
Amortización y otros	570	6.8	583	7.7	(2.2)	12	1.3	582	6.3
EBITDA	2,902	34.6	2,609	34.3	11.2	28	3.0	2,930	31.4
Inversión en activo fijo	920		711		29.4	11		931	
Volumen de ventas									
(Miles de hectolitros)									
Nacional	7,022.1	90.2	6,528.1	89.5	7.6	-	-	7,022.1	72.9
Exportación	761.2	9.8	764.9	10.5	(0.5)	-	-	761.2	7.9
Brasil	-	-	-	-	-	1,854.0	100.0	1,854.0	19.2
Total	7,783.3	100.0	7,293.0	100.0	6.7	1,854.0	100.0	9,637.3	100.0
Precio por hectolitro									
Nacional	960.8		916.5		4.8	-			
Exportación	1,022.1		1,066.8		(4.2)	-			
Brasil	-		-		-	509.2			
Total	966.8		932.3		3.7	509.2			

FEMSA Cerveza
Resultados de Operación
Millones de pesos

Por los seis meses de:

	FEMSA Cerveza					Kaiser		Total FEMSA Cerveza	
	2006	% Integral	2005	% Integral	% Crecimiento	2006	% Integral	2006	% Integral
Ventas nacionales de cerveza	11,885	80.0	10,730	79.7	10.8			13,798	82.3
Ventas de exportación de cerveza	1,399	9.4	1,311	9.7	6.7			1,399	8.3
Ventas de cerveza	13,284	89.4	12,041	89.4	10.3			15,197	90.6
Ventas de empaque	1,473	9.9	1,342	10.0	9.8			1,473	8.8
Ventas netas	14,757	99.3	13,383	99.4	10.3	1,913	100.0	16,670	99.4
Otros ingresos de operación	101	0.7	85	0.6	18.8	-	-	101	0.6
Ingresos totales	14,858	100.0	13,468	100.0	10.3	1,913	100.0	16,771	100.0
Costo de ventas	5,811	39.1	5,500	40.8	5.7	1,126	58.9	6,937	41.4
Utilidad bruta	9,047	60.9	7,968	59.2	13.5	787	41.1	9,834	58.6
Gastos de administración	1,836	12.4	1,665	12.4	10.3	209	10.9	2,045	12.2
Gastos de venta	4,276	28.7	3,829	28.4	11.7	509	26.6	4,785	28.5
Gastos de operación	6,112	41.1	5,494	40.8	11.2	718	37.5	6,830	40.7
Utilidad de operación	2,935	19.8	2,474	18.4	18.6	69	3.6	3,004	17.9
Depreciación	723	4.9	748	5.6	(3.3)	72	3.8	795	4.7
Amortización y otros	1,137	7.6	1,093	8.0	4.0	21	1.1	1,158	7.0
EBITDA	4,795	32.3	4,315	32.0	11.1	162	8.5	4,957	29.6
Inversión en activo fijo	1,494		1,365		9.5	17		1,511	

Volumen de ventas
(Miles de hectolitros)

Nacional	12,536.4	89.9	11,853.0	90.7	5.8	-	-	12,536.4	70.3
Exportación	1,406.0	10.1	1,218.3	9.3	15.4	-	-	1,406.0	7.9
Brasil	-	-	-	-	-	3,898.0	100.0	3,898.0	21.8
Total	13,942.4	100.0	13,071.3	100.0	6.7	3,898.0	100.0	17,840.4	100.0

Precio por hectolitro

Nacional	948.0		905.3		4.7	-			
Exportación	995.0		1,076.1		(7.5)	-			
Brasil	-		-		-	490.8			
Total	952.8		921.2		3.4	490.8			

FEMSA Comercio
Resultados de Operación
Millones de pesos

	Por el segundo trimestre de:					Por los seis meses de:				
	2006	% Integral	2005	% Integral	% Crecimiento	2006	% Integral	2005	% Integral	% Crecimiento
Ventas netas	8,933	100.0	7,264	100.0	23.0	16,441	100.0	13,595	100.0	20.9
Otros ingresos de operación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ingresos totales	8,933	100.0	7,264	100.0	23.0	16,441	100.0	13,595	100.0	20.9
Costo de ventas	6,577	73.6	5,371	73.9	22.5	12,140	73.8	10,086	74.2	20.4
Utilidad bruta	2,356	26.4	1,893	26.1	24.5	4,301	26.2	3,509	25.8	22.6
Gastos de administración	181	2.0	149	2.1	21.5	338	2.1	282	2.1	19.9
Gastos de venta	1,791	20.1	1,437	19.8	24.6	3,397	20.7	2,744	20.1	23.8
Gastos de operación	1,972	22.1	1,586	21.9	24.3	3,735	22.8	3,026	22.2	23.4
Utilidad de operación	384	4.3	307	4.2	25.1	566	3.4	483	3.6	17.2
Depreciación	99	1.1	79	1.1	25.3	193	1.2	158	1.2	22.2
Amortización y otros	86	1.0	71	1.0	21.1	172	1.1	136	0.9	26.5
EBITDA	569	6.4	457	6.3	24.5	931	5.7	777	5.7	19.8
Inversión en activo fijo	383		288		33.0	620		460		34.8

Información de Tiendas de Conveniencia

Tiendas totales				4,366	3,660	19.3
Tiendas nuevas:	152	97	56.7			
vs. junio año anterior				706	574	23.0
vs. diciembre año anterior				225	194	16.0
Mismas tiendas: ⁽¹⁾						
Ventas (miles de pesos)	660.0	601.2	9.8	614.1	565.2	8.6
Tráfico	23.6	22.2	6.3	22.0	20.7	6.4
Ticket	28.0	27.1	3.3	27.9	27.3	2.2

⁽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	
	Junio 05 - Junio-06	Diciembre 05 - Junio-06	Por USD	Por Peso
México	3.18%	0.65%	11.3973	1.0000
Colombia	3.94%	3.02%	2,633.1200	0.0043
Venezuela	11.79%	5.53%	2,150.0000	0.0053
Brasil	3.19%	2.40%	2.1643	5.2660
Argentina	11.02%	4.36%	3.0860	3.6932

Información de la Acción

Bolsa Mexicana de Valores
Clave de Cotización: KOF L

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

Website:
www.coca-colafemsa.com

2006

RESULTADOS DEL SEGUNDO TRIMESTRE Y EL PRIMER SEMESTRE

	Segundo Trimestre			ACUM		
	2006	2005	Δ%	2006	2005	Δ%
Ingresos Totales	14,108	13,580	3.9%	27,048	25,564	5.8%
Utilidad Bruta	6,807	6,713	1.4%	12,999	12,473	4.2%
Utilidad de Operación	2,379	2,375	0.2%	4,330	4,190	3.3%
Utilidad Neta Mayoritaria	681	1,319	-48.4%	1,602	2,036	-21.3%
Flujo Operativo ⁽¹⁾	3,092	3,016	2.5%	5,704	5,446	4.7%
Deuda Neta ^{(2) (3)}	17,493	18,078				
Flujo Operativo ⁽¹⁾ / Gastos Financieros	6.05	5.11		6.44	5.39	
Utilidad Neta Mayoritaria por Acción	0.37	0.71		0.87	1.10	
Promedio de Acciones en Circulación	1,846.5	1,846.5		1,846.5	1,846.5	

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

⁽¹⁾ Flujo Operativo = Utilidad de Operación + Depreciación + Amortización y Otros Cargos Virtuales. Ver tabla de reconciliaciones en la página 11.

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

⁽³⁾ Deuda Neta = Deuda Total - Caja

- Los ingresos totales incrementaron 3.9% a Ps. 14,108 millones en el segundo trimestre de 2006, debido al crecimiento en todas nuestras operaciones e incrementó 5.8% para el primer semestre del año a Ps. 27,048 millones.
- La utilidad de operación consolidada creció 0.2% a Ps. 2,379 millones para el segundo trimestre y 3.3% para el primer semestre del año a Ps. 4,330 millones. El margen de operación fue de 16.9% para el segundo trimestre y 16.0% para el primer semestre.
- La utilidad neta mayoritaria decreció 48.4% a Ps. 681 millones, resultando en una utilidad por acción de Ps. 0.37 para el segundo trimestre y decreció 21.3% a Ps. 1,602 millones para el primer semestre del año resultando en una utilidad por acción de Ps. 0.87, como resultado principalmente de la pérdida por fluctuación cambiaria debida a la depreciación del peso mexicano frente al U.S. dólar aplicada a nuestra posición neta monetaria denominada en moneda extranjera.

Ciudad de México (Julio 26, 2006), Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. (BMV: KOF L, 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 segundo trimestre y el primer semestre de 2006.

"El sostenible consumo doméstico en los mercados en los que operamos combinado con nuestra capacidad de ejecución y nuestro entendimiento de las dinámicas locales en el puntos de venta, soportaron nuestros resultados durante el trimestre. El incremento de los ingresos en todas nuestras operaciones, compensaron el alza en los costos de materias primas en la mayoría de nuestros territorios y la depreciación año contra año del peso mexicano." comentó Carlos Salazar, Director General de la Compañía.

RESULTADOS CONSOLIDADOS

Nuestros ingresos consolidados crecieron 3.9% a Ps. 14,108 millones en el segundo trimestre de 2006 como resultado de incrementos en todos nuestros territorios. Más del 70% del crecimiento en ingresos provino de Brasil² y Centroamérica. El precio promedio por caja fue 1.2% menor en el segundo trimestre de 2006 que el mismo periodo del año anterior siendo de Ps. 27.38 (US\$ 2.43), debido a decrementos en el precio por caja unidad en México y Argentina.

El volumen total de ventas incrementó 3.9% a 505.9 millones de cajas unidad en el segundo trimestre de 2006 comparado con el mismo periodo de 2005. El crecimiento en los volúmenes de venta de México y Argentina representó más del 80% del volumen incremental. El volumen de refrescos creció 5.1% a 425.4 millones de cajas unidad, impulsado por el volumen incremental a lo largo de nuestras operaciones con excepción de Venezuela.

Nuestra utilidad bruta creció 1.4% a Ps. 6,807 millones en el segundo trimestre de 2006, comparado con el segundo trimestre de 2005; el incremento en la utilidad bruta de la mayoría de nuestras operaciones, compensó la disminución en Venezuela. El margen bruto decreció 120 puntos base a 48.2% en el segundo trimestre de 2006 comparada con 49.4% en el mismo periodo de 2005, debido al 2.3% de incremento en el costo promedio por caja unidad.

Nuestra utilidad de operación consolidada incrementó 0.2% a Ps. 2,379 millones en el segundo trimestre de 2006, el incremento en la utilidad de operación en México, Centroamérica, Colombia y Brasil, compensó por completo los decrementos en Venezuela y Argentina. Nuestro margen de operación fue de 16.9% en el segundo trimestre de 2006, una disminución de 60 puntos base comparado con el mismo periodo de 2005.

Durante el segundo trimestre de 2006, nuestro costo integral de financiamiento incrementó de Ps. 295 millones en el mismo periodo de 2005 a Ps. 894 millones, como resultado de la pérdida por fluctuación cambiaria debida a la depreciación del peso mexicano frente al U.S. dólar aplicada a nuestra posición neta monetaria denominada en moneda extranjera, comparada con la ganancia reportada durante el mismo periodo de 2005, compensando por completo la reducción en los gastos de intereses.

Durante el segundo trimestre de 2006, la tasa efectiva de impuestos fue de 43.2%, comparada con el 32.3% del mismo periodo de 2005. La tasa efectiva de impuestos fue impactada por la pérdida por fluctuación cambiaria registrada durante el trimestre, la cual no es deducible en su totalidad para efectos fiscales en México.

Nuestra utilidad neta mayoritaria consolidada fue de Ps. 681 millones en el segundo trimestre de 2006, un decremento de 48.4% comparado con el mismo periodo de 2005, como resultado principalmente de la pérdida por fluctuación cambiaria mencionada anteriormente. La utilidad neta por acción ("UPA") fue de Ps. 0.37 (US\$ 0.33 por ADR) calculada con base a 1,846.5 millones de acciones en circulación (cada ADR representa 10 acciones locales).

² Los ingresos de 2006 en Brasil incrementaron principalmente por la incorporación de la venta de cerveza.

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO

Al 30 de junio de 2006, el saldo en caja de Coca-Cola FEMSA fue de Ps. 3,431 millones (US\$ 304 millones), un incremento de Ps. 1,230 millones (US\$ 109 millones) comparado con el 31 de diciembre de 2005, como resultado de flujo de efectivo generado por nuestras operaciones durante el trimestre. Este incremento incluye el pago de dividendos realizado durante el trimestre por la cantidad de Ps. 693 millones (US\$ 61 millones).

La deuda a corto plazo fue de Ps. 6,874 millones (US\$ 609 millones) y la deuda de largo plazo fue de Ps. 14,050 millones (US\$ 1,245 millones), la deuda bruta total incrementó Ps. 645 millones (US\$ 57 millones) comparado con el cierre del año 2005, como resultado principalmente de la depreciación peso mexicano frente al U.S. dólar aplicada a nuestra deuda denominada en U.S. dólares. La deuda neta decreció Ps. 585 millones (US\$ 52 millones) comparada con el cierre del año 2005.

El costo promedio de la deuda durante el cuarto trimestre fue de 8.36%, la siguiente tabla muestra la composición de la deuda por moneda y tasa de interés, al 30 de junio de 2006:

Moneda	% Deuda Total ⁽²⁾	% Tasa de Interés Variable ⁽²⁾
U.S. dólares	47.6%	23.0%
Pesos mexicanos	46.2%	0.0%
Pesos colombianos	1.6%	100.0%
Otros ⁽¹⁾	4.6%	0.0%

⁽¹⁾ Incluye el equivalente a US\$ 50.4 millones denominado en pesos argentinos y US\$ 33.4 millones denominados en bolívars venezolanos.

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

Estado de Cambios en la Situación Financiera Consolidado

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

	Ene - Junio 2006	
	Ps.	USD
Utilidad neta	1,692	150
Cargos virtuales	1,397	124
	3,089	274
Cambios en el capital de trabajo	(33)	(3)
RNGO ⁽¹⁾	3,056	271
Recursos netos utilizados en actividades de inversión	(1,102)	(98)
Pago de Dividendos	(693)	(61)
Deuda	645	57
Pasivos y otros	(676)	(60)
Incremento neto en efectivo	1,230	109
Efectivo al inicio del periodo	2,201	195
Efectivo al final del periodo	3,431	304

⁽¹⁾ Recursos netos generados por la operación

RESULTADOS DE OPERACIONES EN MÉXICO

Ingresos

Los ingresos en nuestras operaciones en México incrementaron 0.6% a Ps. 7,883 millones en el segundo trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo del año anterior. El crecimiento en el volumen de ventas compensó por completo el menor precio promedio por caja unidad. Durante el trimestre la mayoría de nuestro volumen incremental fue en presentaciones familiares, las cuáles tienen menor precio promedio por caja unidad, resultando en una disminución de 3.0% en el precio promedio por caja unidad a Ps. 27.22 (US\$ 2.41). 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. 31.63 (US\$ 2.80), un decremento de 3.8% en el segundo trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo del año anterior.

El volumen de ventas incrementó 3.8% a 289.2 millones de cajas unidad en el segundo trimestre de 2006, comparado con el segundo trimestre de 2005, como resultado principalmente del 5.6% de crecimiento en el volumen de ventas de refrescos, el cual compensó por completo la disminución en el volumen de ventas de agua. El volumen incremental de marca *Coca-Cola* representó más del 75% del crecimiento de refrescos durante el trimestre; y *Fanta* y *Mundet Multisabores* fueron el balance. Excluyendo agua natural embotellada, el volumen de bebidas no-carbonatadas creció 32.6% en el segundo trimestre de 2006, debido al volumen de ventas adicional de *Ciel Aquarius*, la marca de agua saborizada sin calorías, y en menor proporción al volumen de ventas de la marca *Minute Maid*, los productos hechos en base a jugo.

Utilidad de Operación

Nuestra utilidad bruta incrementó 0.6% a Ps. 4,195 millones en el segundo trimestre de 2006 comparada con el mismo periodo de 2005. La disminución en el costo promedio por caja unidad compensó los precios por caja unidad menores como resultado nuestro margen bruto permaneció sin cambio en 53.2% durante el segundo trimestre de 2006 comparado con el mismo periodo del año anterior. Nuestro costo promedio por caja unidad disminuyó 3.1% debido principalmente a menores costos promedio de edulcorantes y de resina en U.S. dólares, año contra año, los cuales compensaron por completo la depreciación del peso mexicano frente al U.S. dólar aplicada a nuestros costos denominados en U.S. dólares.

La utilidad de operación incrementó 2.3% a Ps. 1,786 millones en el segundo trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo de 2005, debido al 0.6% de reducción en el gasto de operación combinado con el apalancamiento operativo como resultado de mayores ingresos. Nuestro margen de utilidad operativa incrementó 40 puntos base a 22.7% en el segundo trimestre de 2006, comparado con 22.3% en el mismo periodo de 2005.

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

Ingresos

Los ingresos alcanzaron Ps. 1,077 millones en el segundo trimestre de 2006, un incremento de 14.6% comparados con el mismo periodo de 2005. El crecimiento de volumen contribuyó en cerca del 60% del ingreso incremental y mayor precio promedio por caja unidad fue el balance. El precio promedio por caja unidad creció 5.0% a Ps. 35.21 (US\$ 3.13), debido principalmente a incrementos de precios implementados en toda la región.

El volumen de ventas incrementó 8.2% a 30.3 millones de cajas unidad en el segundo trimestre de 2006 comparado con el mismo periodo de 2005, como resultado de incrementos en volumen en todos los países que comprenden la región de Centroamérica. El crecimiento en el volumen de refrescos, proviniendo principalmente de Nicaragua y Costa Rica, contribuyó a más del 50% del volumen incremental y el segmento de no-carbonatados, incluyendo agua embotellada representaron el balance. Las bebidas no-carbonatadas crecieron a más del doble de su tamaño, de una base muy pequeña, debido principalmente a *Hi-C*, un producto hecho en base a jugo.

Utilidad de Operación

La utilidad bruta creció 8.5% en el segundo trimestre de 2006, comparada con el mismo periodo de 2005, a Ps. 500 millones como resultado del apalancamiento operativo debido a mayores ingresos. Sin embargo, como porcentaje a los ingresos totales el margen bruto decreció 260 puntos base debido a mayores costos por caja unidad derivados de mayores costos de empaque relacionados con el cambio en la mezcla de volumen de ventas hacia presentaciones no-retornables.

Nuestra utilidad de operación incremento 25.0% a Ps. 155 millones en el segundo trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo de 2005, resultando en una expansión de margen de 120 puntos base a 14.4%. Nuestros gastos operativos como porcentaje a ingresos totales disminuyeron de 35.9% en el segundo trimestre de 2005 a 32.0% en el segundo trimestre de 2006 debido a una mayor absorción de gastos fijos como resultado del incremento en los ingresos totales.

RESULTADOS DE OPERACIÓN EN COLOMBIA

Ingresos

Los ingresos totales incrementaron 2.9% a Ps. 1,124 millones en el segundo trimestre de 2006, comparados con el segundo trimestre de 2005. El incremento en volúmenes generó más del 65% del crecimiento y el mayor precio promedio fue el balance. Nuestro precio promedio por caja unidad incrementó 0.9% a Ps. 24.77 (US\$ 2.20), como resultado de incrementos de precio implementados en el trimestre y un cambio en la mezcla hacia presentaciones no-retornables, las cuales tienen mayor precio por caja unidad.

El volumen de ventas total en el segundo trimestre de 2006 creció 1.8% comparado con el mismo periodo de 2005 a 45.3 millones de cajas unidad. Este crecimiento incluye un 2.0% de incremento en refrescos, el cual compensó por completo la caída en el volumen de ventas de agua embotellada. El crecimiento de marca *Coca-Cola* compensó por completo el decremento en el volumen de ventas de refrescos de sabores.

Utilidad de Operación

La utilidad bruta incrementó 1.9% a Ps. 490 millones en el segundo trimestre de 2006, comparada con el mismo periodo del año anterior, resultando en un margen bruto de 43.6%. La disminución de 40 puntos base en el margen bruto comparado con el mismo trimestre de 2005 se debió a mayores costos de empaque como resultado del cambio en la mezcla del volumen de ventas hacia presentaciones no-retornables y al incremento en el precio del azúcar, los cuales compensaron por completo el menor precio de la resina.

La utilidad de operación incrementó 12.1% a Ps. 111 millones en el segundo trimestre de 2006 resultando en una mejora de 80 puntos base en el margen operativo. Los gastos operativos permanecieron prácticamente sin cambio en términos absolutos y decrecieron 130 puntos base como porcentaje a ventas, debido al apalancamiento operativo alcanzado por los mayores ingresos.

RESULTADO DE OPERACIÓN EN VENEZUELA

Ingresos

Los ingresos en nuestra operación en Venezuela incrementaron 4.4% a Ps. 1,513 millones en el segundo trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo de 2005, como resultado de mayor precio promedio por caja unidad, el cual compensó por completo la reducción en el volumen de ventas en el trimestre. Nuestro precio promedio por caja unidad incrementó 6.8% a Ps. 34.14 (US\$ 3.02) como resultado de los incrementos de precios efectuados en los últimos doce meses.

El volumen de ventas total decreció 2.4% a 44.2 millones de cajas unidad en el segundo trimestre de 2006, comparado con el mismo periodo de 2005. El crecimiento en el volumen de ventas de refrescos de sabores fue completamente compensado por el decrecimiento en el volumen de ventas de marca *Coca-Cola* y de las bebidas no-carbonatadas, incluyendo agua embotellada.

Utilidad de Operación

La utilidad bruta decreció 2.4% a Ps. 581 millones en el segundo trimestre de 2006 comparada con el mismo periodo del año anterior, resultando en una disminución en el margen bruto de 270 puntos base a 38.4%. La disminución en el margen se debió a i) mayores precios de azúcar, ii) incremento en los salarios, y iii) mayor costo de empaque como resultado del cambio en la mezcla de volumen de ventas hacia presentaciones no-retornables

Los gastos operativos incrementaron 5.5% a Ps. 559 millones en el segundo trimestre de 2006, creciendo ligeramente como porcentaje a ingresos totales de 36.6% en el mismo periodo de 2005 a 36.9%. El incremento refleja presiones inflacionarias principalmente en costos de flete e incrementos salariales implementados durante los últimos doce meses. La utilidad de operación fue de Ps. 22 millones, una reducción de 300 puntos base como porcentaje a ingresos totales a 1.5% comparado con el mismo periodo de 2005, debido principalmente a la reducción en el margen bruto.

RESULTADO DE OPERACIÓN EN ARGENTINA

Ingresos

Nuestros ingresos totales incrementaron 9.0% a Ps. 715 millones en el segundo trimestre de 2005, comparado con el mismo periodo del año anterior: el fuerte crecimiento del volumen de ventas de 14.3% compensó por completo el menor precio promedio por caja unidad. El precio promedio disminuyó 3.5% a Ps. 19.16 (US\$ 1.70) en el segundo trimestre de 2006.

En el segundo trimestre de 2006, nuestro volumen de ventas total incrementó 14.3% a 36.7 millones de cajas unidad, comparado con el mismo periodo de 2005. Este incluye un 14.7% de crecimiento en refrescos, con la marca *Coca-Cola* contribuyendo más del 60% del volumen incremental y las marcas de protección de valor fueron la mayoría del balance. El volumen de ventas de bebidas no-carbonatadas excluyendo agua natural embotellada incrementó 38.3% impulsado principalmente por el volumen incremental de *Cepita*, la marca de bebidas hechas a base de jugos.

Utilidad de Operación

La utilidad bruta incrementó 13.5% a Ps. 285 millones en el segundo trimestre de 2006, comparada con el mismo trimestre del año anterior. Nuestro margen bruto incrementó 160 puntos base a 39.9%, comparado con el segundo trimestre de 2005, debido a menores precios de materias primas los cuales compensaron por completo los incrementos salariales.

Los gastos operativos incrementaron 20.5% en el segundo trimestre de 2006 debido principalmente a incrementos en los costos de flete y en los salarios. El incremento en los ingresos y los menores costos por caja unidad fueron completamente compensados por los gastos incrementales resultando en una disminución de 1.3% en la utilidad de operación a Ps. 79 millones en el segundo trimestre de 2006, comparada con el mismo periodo del año anterior y una reducción de 120 puntos base en el margen operativo a 11.0%.

RESULTADO DE LA OPERACIÓN EN BRASIL

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

Ingresos

Los ingresos netos incrementaron 14.4% a Ps. 1,788 millones en el segundo trimestre de 2006 comparados con el mismo periodo de 2005. Excluyendo cerveza los ingresos netos incrementaron 1.1% a Ps. 1,581 millones en el segundo trimestre de 2006 comparados con el mismo periodo de 2005, el crecimiento de volumen compensó completamente la disminución en el precio promedio por caja unidad. Excluyendo cerveza, el precio promedio por caja unidad disminuyó 1.7% a Ps. 26.26 (US\$ 2.33) durante el segundo trimestre de 2006, debido principalmente al fuerte crecimiento de las presentaciones retornables, las cuales tienen menor precio promedio por caja unidad. Los ingresos totales de cerveza fueron de Ps. 207 millones.

El volumen de ventas, excluyendo cerveza, incrementaron 2.9% a 60.2 millones de cajas unidad en el segundo trimestre de 2006. El crecimiento en el volumen de ventas de marca Coca-Cola compensó por completo la disminución en el volumen de ventas de los refrescos de sabores, resultando en un 3.1% de crecimiento en refrescos. Las bebidas no-carbonatadas, excluyendo agua natural embotellada, incrementaron 13.1% impulsadas por la introducción de una bebidas hecha a base de jugo bajo la marca *Minute Maid Mais*.

Utilidad de Operación

En el segundo trimestre de 2006, nuestra utilidad bruta permaneció prácticamente sin cambio en Ps. 756 millones comparada con el mismo periodo del año anterior, a pesar de la presión incremental de los precios de azúcar, los cuales fueron compensados por la apreciación del real de Brasil año contra año aplicada a nuestros costos denominados en U.S. dólares. El margen bruto en el segundo trimestre de 2006 fue 42.1%.

Nuestros gastos de operación en términos absolutos permanecieron relativamente estables en el segundo trimestre de 2006 comparados con el mismo periodo de 2005. La utilidad de operación fue de Ps. 226 millones en el segundo trimestre de 2006, un incremento de 2.7% comparada con el mismo trimestre del año anterior.

RESUMEN DE LOS RESULTADOS DE SEIS MESES

Nuestros ingresos consolidados incrementaron 5.8% a Ps. 27,048 millones en el primer semestre de 2006 comparados con el primer semestre de 2005, como resultado del crecimiento en todos nuestros territorios; México y Brasil representaron más del 65% de este crecimiento. El precio promedio por caja unidad consolidado decreció 0.5% a Ps. 27.31 (US\$ 2.42) en el primer semestre de 2006. Incrementos en el precio promedio en Colombia, Venezuela, Brasil y Centroamérica, parcialmente compensaron menores precios promedio en México y Argentina.

El volumen de ventas incrementó 5.1% a 972.1 millones de cajas unidad en el primer semestre de 2006, comparado con el mismo periodo del año anterior. Los crecimientos en México y Brasil contribuyeron en más del 75% del volumen incremental. El volumen de refrescos creció 5.3% a 819.3 millones de cajas unidad, debido al volumen incremental en todos los territorios excepto por Venezuela.

Nuestra utilidad bruta incrementó 4.2% a Ps. 12,999 millones en el primer semestre de 2006, comparado con el mismo semestre del año anterior, impulsado por crecimientos en la utilidad bruta en todos los territorios, exceptuando Venezuela. El margen bruto disminuyó a 48.1% durante el primer semestre de 2006, de 48.8% en el primer semestre de 2005, debido a mayores costos por caja unidad en todos los territorios excepto en México y Argentina.

La utilidad de operación consolidada incrementó 3.3% a Ps. 4,330 millones en el primer semestre de 2006, comparada con el primer semestre de 2005. México y Brasil (excluyendo cerveza), fueron más del 75% de este crecimiento, compensando por completo la disminución en la utilidad de operación de Venezuela y Argentina. Nuestro margen de operación decreció 40 puntos base a 16.0% en el primer semestre de 2006, debido principalmente a la disminución del margen bruto.

Nuestra utilidad neta mayoritaria decreció 21.3% en el primer semestre de 2006 comparada con el mismo periodo de 2005, a Ps. 1,602 millones, debido principalmente a la depreciación en el primer semestre de 2006 del peso mexicano frente al U.S. dólar, comparada con la apreciación en el mismo periodo de 2005, aplicada a nuestra posición neta monetaria denominada en moneda extranjera. La UPA fue de Ps. 0.87 (US\$ 0.77 por ADR) calculada en base a 1,846.5 millones de acciones en circulación (cada ADR representa 10 acciones locales).

INFORMACIÓN PARA LA CONFERENCIA TELEFÓNICA:

Nuestra Conferencia telefónica del segundo trimestre de 2006 se llevará a cabo el 26 de julio de 2006 a las 11:00 A.M. ET (10:00 A.M. hora de México). Para participar en la conferencia telefónica, favor de marcar: U.S. locales: 866-700-7477 e Internacional: 617-213-8840. Adicionalmente estará disponible la transmisión 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 4 de agosto del 2006. Para escuchar la repetición, favor de marcar: U.S. locales: 888-286-8010. Internacional: 617-801-6888. Contraseña: 98344233.



Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. produce y distribuye Coca-Cola, Sprite, Fanta, Lift y otros productos de las marcas de The Coca-Cola Company en México (una parte importante del centro de México, incluyendo la ciudad de México y el Sureste de México), Guatemala (la ciudad de Guatemala y sus alrededores), Nicaragua (todo el país), Costa Rica (todo el país), Panamá (todo el país), Colombia (la mayoría del país), Venezuela (todo el país), Brasil (São Paulo, Campiñas, Santos el estado de Mato Grosso do Sul y parte del estado de Goias) y Argentina (capital federal de Buenos Aires y sus alrededores), además de agua embotellada, cerveza y otras bebidas en algunos de estos territorios. La compañía cuenta con 30 plantas embotelladoras en los países en Latinoamérica y atiende a más de 1,500,000 detallistas en la región. The Coca-Cola Company tiene una participación del 39.6% en el capital accionario de Coca-Cola FEMSA.



Las cifras de las operaciones de la Compañía en México y de sus operaciones internacionales consolidadas fueron preparadas de acuerdo a los principios de contabilidad generalmente aceptados en México (PCGA mexicanos). Todas las cifras están expresadas en pesos mexicanos constantes con poder adquisitivo al 30 de junio de 2006. Para fines de comparación las cifras de la compañía para 2006 y 2005, han sido re-expresadas tomando en cuenta la inflación local de cada uno de los países con referencia al índice de precios al consumidor y convertidas de la moneda local a pesos mexicanos usando el tipo de cambio oficial al 30 de junio de 2006 publicado por el banco central de cada país. Además, todas las comparaciones para el segundo trimestre de 2006 contenidas en este reporte, han sido hechas contra cifras del periodo comparable de 2005, a menos que se indique lo contrario.

Este comunicado de prensa puede contener declaraciones a futuro referentes al desempeño futuro de Coca-Cola FEMSA y deben ser tomadas como estimados de buena fe de Coca-Cola FEMSA. Estas declaraciones a futuro reflejan el punto de vista de las expectativas de la administración y están basadas en información actualmente disponible. Los resultados reales están sujetos a eventos futuros e incertidumbres que podrían tener un impacto importante en el desempeño real de la compañía, muchas de las cuales están fuera del control de Coca-Cola FEMSA.

Referencias a "US\$" son a dólares americanos. Este comunicado de prensa contiene conversiones de ciertas cifras en pesos a dólares estadounidenses únicamente para comodidad del lector. Estas conversiones no deben ser interpretadas como declaraciones de que las cifras en pesos realmente representan tales cifras en dólares americanos o que pueden ser convertidas según las tasas indicadas.

Las cantidades en US dólares en este reporte, únicamente para la conveniencia del lector, han sido convertidas de pesos mexicanos utilizando el tipo de cambio de compra al mediodía según lo publicado por la Reserva Federal del Banco de Nueva York el 30 de junio de 2006, el cual fue de Ps. 11.2865 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 30 de junio de 2006

ACTIVO		Jun-06		Dic-05
Activos circulantes				
Efectivo y valores de realiz. inm.	Ps.	3,431	Ps.	2,201
Total cuentas por cobrar		2,087		2,684
Inventarios		2,595		2,258
Pagos anticipados y otros		1,232		837
Total activos circulantes		9,345		7,980
Propiedad, planta y equipo				
Propiedad, planta y equipo		33,194		32,750
Depreciación acumulada		-15,021		-14,530
Botellas y cajas, neto		1,127		1,079
Total propiedad, planta y equipo		19,300		19,299
Inversión en acciones y otros		479		488
Cargos diferidos neto		1,355		1,381
Activos intangibles		40,175		39,791
TOTAL ACTIVO	Ps.	70,654	Ps.	68,939

PASIVO Y CAPITAL CONTABLE		Jun-06		Dic-05
Pasivo circulante				
Deuda a corto plazo y documentos	Ps.	6,874	Ps.	4,513
Intereses por pagar		330		328
Proveedores		4,497		4,789
Otros pasivos		3,439		2,895
Pasivo circulante		15,140		12,525
Préstamos bancarios a largo plazo		14,050		15,766
Plan de pensiones, prima de antigüedad y otros		826		794
Otros pasivos		3,705		4,215
Total pasivo		33,721		33,300
Capital Contable				
Interés minoritario		1,146		1,249
Interés mayoritario:				
Capital social		2,906		2,906
Prima en suscripción de acciones		12,433		12,433
Utilidades retenidas		21,982		18,705
Utilidad neta del periodo		1,602		3,961
Resultado acumulado por tenencia de activos no monetarios		-3,136		-3,615
Total interés mayoritario		35,787		34,390
Total capital contable		36,933		35,639
TOTAL PASIVO Y CAPITAL	Ps.	70,654	Ps.	68,939

Estado de Resultados

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

	2T 06	% Ing	2T 05	% Ing	Δ%	ACUM 06	% Ing	ACUM 05	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad) ⁽²⁾	505.9		487.0		3.9%	972.1		924.8		5.1%
Precio promedio por caja unidad ⁽²⁾	27.38		27.71		-1.2%	27.31		27.44		-0.5%
Ventas netas	14,061		13,494		4.2%	26,947		25,375		6.2%
Otros ingresos de operación	47		86		-45.3%	101		189		-46.6%
Ingresos totales	14,108	100%	13,580	100%	3.9%	27,048	100%	25,564	100%	5.8%
Costo de ventas	7,301	51.8%	6,868	50.6%	6.3%	14,049	51.9%	13,091	51.2%	7.3%
Utilidad bruta	6,807	48.2%	6,713	49.4%	1.4%	12,999	48.1%	12,473	48.8%	4.2%
Gastos de Operación	4,428	31.4%	4,338	31.9%	2.1%	8,669	32.1%	8,283	32.4%	4.7%
Utilidad de operación	2,379	16.9%	2,375	17.5%	0.2%	4,330	16.0%	4,190	16.4%	3.3%
Gastos financieros	511		590		-13.4%	1,045		1,164		-10.2%
Productos financieros	86		89		-3.4%	159		153		3.9%
Gastos financieros, neto	425		501		-15.2%	886		1,011		-12.4%
Pérdida (ganancia) cambiaria	437		(230)		-290.0%	622		(244)		-354.9%
Ganancia por posición monetaria	32		24		33.3%	(133)		(166)		-19.9%
Costo integral de financ.	894		295		203.1%	1,375		601		128.8%
Otros (prod.), gastos, neto	188		125		50.4%	165		260		-36.5%
Utilidad antes de impuestos	1,297		1,955		-33.7%	2,790		3,329		-16.2%
Impuestos	561		633		-11.4%	1,098		1,252		-12.3%
Utilidad neta consolidada	736		1,322		-44.3%	1,692		2,077		-18.5%
Utilidad mayoritaria	681	4.8%	1,319	9.7%	-48.4%	1,602	5.9%	2,036	8.0%	-21.3%
Utilidad minoritaria	55		3		N.A.	90		41		119.5%
Utilidad de operación	2,379	16.9%	2,375	17.5%	0.2%	4,330	16.0%	4,190	16.4%	3.3%
Depreciación	355		337		5.3%	710		663		7.1%
Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	358		304		17.8%	664		593		12.0%
Flujo operativo ⁽³⁾	3,092	21.9%	3,016	22.2%	2.5%	5,704	21.1%	5,446	21.3%	4.7%

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

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

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

Operaciones en México

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

	2T 06	% Ing	2T 05	% Ing	Δ%	ACUM 06	% Ing	ACUM 05	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad) ⁽²⁾	289.2		278.6		3.8%	535.3		506.3		5.7%
Precio promedio por caja unidad	27.22		28.05		-3.0%	27.24		27.83		-2.1%
Ventas netas	7,873		7,815		0.7%	14,584		14,089		3.5%
Otros ingresos de operación	10		20		-50.0%	27		39		-30.8%
Ingresos totales	7,883	100.0%	7,835	100.0%	0.6%	14,611	100.0%	14,128	100.0%	3.4%
Costo de ventas	3,688	46.8%	3,665	46.8%	0.6%	6,855	46.9%	6,704	47.5%	2.3%
Utilidad bruta	4,195	53.2%	4,170	53.2%	0.6%	7,756	53.1%	7,424	52.5%	4.5%
Gastos de Operación	2,409	30.6%	2,424	30.9%	-0.6%	4,686	32.1%	4,565	32.3%	2.7%
Utilidad de operación	1,786	22.7%	1,746	22.3%	2.3%	3,070	21.0%	2,859	20.2%	7.4%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	454	5.8%	369	4.7%	23.0%	840	5.7%	713	5.0%	17.8%
Flujo Operativo ⁽³⁾	2,240	28.4%	2,115	27.0%	5.9%	3,910	26.8%	3,572	25.3%	9.5%

⁽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 Centroamérica

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

	2T 06	% Ing	2T 05	% Ing	Δ%	ACUM 06	% Ing	ACUM 05	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad) ⁽²⁾	30.3		28.0		8.2%	58.6		54.1		8.3%
Precio promedio por caja unidad	35.21		33.54		5.0%	34.59		34.27		0.9%
Ventas netas	1,067		939		13.6%	2,027		1,854		9.3%
Otros ingresos de operación	10		1		900.0%	20		2		900.0%
Ingresos totales	1,077	100.0%	940	100.0%	14.6%	2,047	100.0%	1,856	100.0%	10.3%
Costo de ventas	577	53.6%	479	51.0%	20.5%	1,099	53.7%	953	51.3%	15.3%
Utilidad bruta	500	46.4%	461	49.0%	8.5%	948	46.3%	903	48.7%	5.0%
Gastos de Operación	345	32.0%	337	35.9%	2.4%	673	32.9%	659	35.5%	2.1%
Utilidad de operación	155	14.4%	124	13.2%	25.0%	275	13.4%	244	13.1%	12.7%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	59	5.5%	58	6.2%	1.7%	115	5.6%	119	6.4%	-3.4%
Flujo Operativo ⁽³⁾	214	19.9%	182	19.4%	17.6%	390	19.1%	363	19.6%	7.4%

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

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

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

Operaciones en Colombia

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

	2T 06	% Ing	2T 05	% Ing	Δ%	ACUM06	% Ing	ACUM05	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad) ⁽²⁾	45.3		44.5		1.8%	87.3		86.6		0.8%
Precio promedio por caja unidad	24.77		24.54		0.9%	25.01		24.55		1.9%
Ventas netas	1,122		1,092		2.7%	2,183		2,126		2.7%
Otros ingresos de operación	2		-		N.A.	2		-		N.A.
Ingresos totales	1,124	100.0%	1,092	100.0%	2.9%	2,185	100.0%	2,126	100.0%	2.8%
Costo de ventas	634	56.4%	611	56.0%	3.8%	1,224	56.0%	1,184	55.7%	3.4%
Utilidad bruta	490	43.6%	481	44.0%	1.9%	961	44.0%	942	44.3%	2.0%
Gastos de Operación	379	33.7%	382	35.0%	-0.8%	748	34.2%	752	35.4%	-0.5%
Utilidad de operación	111	9.9%	99	9.1%	12.1%	213	9.7%	190	8.9%	12.1%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	56	5.0%	73	6.7%	-23.3%	120	5.5%	141	6.6%	-14.9%
Flujo Operativo ⁽³⁾	167	14.9%	172	15.8%	-2.9%	333	15.2%	331	15.6%	0.6%

⁽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 Venezuela

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

	2T 06	% Ing	2T 05	% Ing	Δ%	ACUM06	% Ing	ACUM05	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad) ⁽²⁾	44.2		45.3		-2.4%	85.2		85.7		-0.6%
Precio promedio por caja unidad	34.14		31.96		6.8%	33.98		31.93		6.4%
Ventas netas	1,509		1,448		4.2%	2,895		2,736		5.8%
Otros ingresos de operación	4		1		300.0%	8		2		300.0%
Ingresos totales	1,513	100.0%	1,449	100.0%	4.4%	2,903	100.0%	2,738	100.0%	6.0%
Costo de ventas	932	61.6%	854	58.9%	9.1%	1,788	61.6%	1,606	58.7%	11.3%
Utilidad bruta	581	38.4%	595	41.1%	-2.4%	1,115	38.4%	1,132	41.3%	-1.5%
Gastos de Operación	559	36.9%	530	36.6%	5.5%	1,078	37.1%	988	36.1%	9.1%
Utilidad de operación	22	1.5%	65	4.5%	-66.2%	37	1.3%	144	5.3%	-74.3%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	70	4.6%	69	4.8%	1.4%	142	4.9%	133	4.9%	6.8%
Flujo Operativo ⁽³⁾	92	6.1%	134	9.2%	-31.3%	179	6.2%	277	10.1%	-35.4%

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

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

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

Operaciones en Argentina

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

	2T 06	% Ing	2T 05	% Ing	Δ%	ACUM 06	% Ing	ACUM 05	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad) ⁽²⁾	36.7		32.1		14.3%	77.7		71.5		8.7%
Precio promedio por caja unidad	19.16		19.84		-3.5%	19.05		19.75		-3.5%
Ventas netas	703		637		10.4%	1,480		1,412		4.8%
Otros ingresos de operación	12		19		-36.8%	23		58		-60.3%
Ingresos totales	715	100.0%	656	100.0%	9.0%	1,503	100.0%	1,470	100.0%	2.2%
Costo de ventas	430	60.1%	405	61.7%	6.2%	905	60.2%	907	61.7%	-0.2%
Utilidad bruta	285	39.9%	251	38.3%	13.5%	598	39.8%	563	38.3%	6.2%
Gastos de Operación	206	28.8%	171	26.1%	20.5%	411	27.3%	347	23.6%	18.4%
Utilidad de operación	79	11.0%	80	12.2%	-1.3%	187	12.4%	216	14.7%	-13.4%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽²⁾	40	5.6%	36	5.5%	11.1%	81	5.4%	71	4.8%	14.1%
Flujo Operativo ⁽³⁾	119	16.6%	116	17.7%	2.6%	268	17.8%	287	19.5%	-6.6%

⁽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 Brasil

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

	2Q 06 ⁽²⁾	% Rev	2Q 05 ⁽³⁾	% Rev	Δ%	ACUM 06 ⁽²⁾	% Ing	ACUM 05 ⁽³⁾	% Ing	Δ%
Volumen (millones de cajas unidad) ⁽²⁾	60.2		58.5		2.9%	128.0		120.6		6.1%
Precio promedio por caja unidad	26.26		26.72		-1.7%	26.40		26.19		0.8%
Ventas netas	1,788		1,563		14.4%	3,777		3,158		19.6%
Otros ingresos de operación	8		43		-81.4%	22		88		-75.0%
Ingresos totales	1,796	100.0%	1,606	100.0%	11.8%	3,799	100.0%	3,246	100.0%	17.0%
Costo de ventas	1,040	57.9%	855	53.2%	21.6%	2,178	57.3%	1,740	53.6%	25.2%
Utilidad bruta	756	42.1%	751	46.8%	0.7%	1,621	42.7%	1,506	46.4%	7.6%
Gastos de Operación	530	29.5%	531	33.1%	-0.2%	1,073	28.2%	1,029	31.7%	4.3%
Utilidad de operación	226	12.6%	220	13.7%	2.7%	548	14.4%	477	14.7%	14.9%
Depreciación, Amortización y Otros cargos virtuales ⁽⁴⁾	34	1.9%	37	2.3%	-8.1%	77	2.0%	79	2.4%	-2.5%
Flujo Operativo ⁽⁵⁾	260	14.5%	257	16.0%	1.2%	625	16.5%	556	17.1%	12.4%

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

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

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

⁽⁴⁾ Incluye el gasto por rotura de botellas retornables

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

INFORMACION RELEVANTE

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

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

	2T 05
Inversión en Activos fijos	401.5
Depreciación	336.7
Amortización y Otros cargos virtuales	304.1

	2T 06
Inversión en Activos fijos	755.3
Depreciación	354.8
Amortización y Otros cargos virtuales	358.1

VOLUMEN

Expresado en millones de cajas unidad

	2T 05			
	Refrescos	Agua	Otros	Total
México	216.3	60.6	1.7	278.6
Centroamérica	26.2	1.2	0.6	28.0
Colombia	39.1	5.3	0.1	44.5
Venezuela	38.8	4.2	2.3	45.3
Brasil	54.0	3.9	0.6	58.5
Argentina	31.1	0.6	0.4	32.1
Total	405.5	75.8	5.7	487.0

	2T 06			
	Refrescos	Agua	Otros	Total
	228.3	58.6	2.3	289.2
	27.5	1.3	1.5	30.3
	39.9	5.3	0.1	45.3
	38.3	3.9	2.0	44.2
	55.7	3.9	0.6	60.2
	35.7	0.5	0.5	36.7
Total	425.4	73.5	7.0	505.9

MEZCLA POR PRESENTACION

Como porcentaje de volumen total

	2T 05			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafón
México	26.3	56.3	1.1	16.3
Centroamérica	43.4	52.6	3.9	-
Colombia	41.0	49.7	3.3	6.1
Venezuela	22.2	71.4	3.0	3.4
Brasil	7.8	88.7	3.5	-
Argentina	27.5	68.9	3.6	-

	2T 06			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafón
	26.1	58.5	0.3	15.2
	35.6	60.6	3.8	-
	37.1	54.3	3.0	5.5
	18.1	76.4	3.3	2.2
	9.1	87.4	3.5	-
	25.9	70.9	3.2	-

INFORMACION RELEVANTE

Por los seis meses terminados al 30 de junio de 2006 y 2005

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

	ACUM05
Inversión en Activos fijos	596.3
Depreciación	662.9
Amortización y Otros cargos virtuales	592.6

	ACUM06
Inversión en Activos fijos	1,119.5
Depreciación	709.7
Amortización y Otros cargos virtuales	664.2

VOLUMEN

Expresado en millones de cajas unidad

	ACUM05			
	Refrescos	Agua	Otros	Total
México	398.5	104.9	2.9	506.3
Centroamérica	50.7	2.4	1.0	54.1
Colombia	75.8	10.7	0.1	86.6
Venezuela	73.8	7.7	4.2	85.7
Brasil	111.1	8.4	1.1	120.6
Argentina	69.5	1.2	0.8	71.5
Total	779.4	135.3	10.1	924.8

	ACUM06			
	Refrescos	Agua	Otros	Total
	423.8	107.2	4.3	535.3
	52.7	2.6	3.3	58.6
	76.6	10.6	0.1	87.3
	73.7	7.4	4.1	85.2
	117.0	9.8	1.2	128.0
	75.5	1.1	1.1	77.7
Total	819.3	138.7	14.1	972.1

MEZCLA POR PRESENTACION

Como porcentaje de volumen total

	ACUM05			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafón
México	27.0	56.0	1.0	16.0
Centroamérica	44.0	52.0	4.0	-
Colombia	42.0	49.0	3.0	6.0
Venezuela	22.0	72.0	3.0	3.0
Brasil	7.0	90.0	3.0	-
Argentina	26.0	71.0	3.0	-

	ACUM06			
	Ret	No-Ret	Fountain	Garrafón
	26.1	58.4	0.3	15.2
	35.4	60.7	3.9	-
	38.0	53.0	3.2	5.8
	18.2	76.0	3.4	2.4
	9.6	86.9	3.5	-
	25.9	70.9	3.2	-

Junio 2006

Información macroeconómica

	Inflación ⁽¹⁾			Tipo de Cambio (moneda local por U.S. Dólar) ⁽²⁾		
	12 M	Acum Año	2T 06	Jun 06	Jun 05	Dic 05
México	3.18%	0.65%	-0.21%	11.3973	10.7645	10.7109
Colombia	3.94%	3.02%	1.08%	2,633.1200	2,331.8100	2,284.2200
Venezuela	11.79%	5.53%	4.15%	2,150.0000	2,150.0000	2,150.0000
Argentina	11.02%	4.36%	1.94%	3.0860	2.8900	3.0320
Brasil	3.19%	2.40%	0.22%	2.1643	2.3504	2.3407

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

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