

PARA DISTRIBUCIÓN INMEDIATA



PARA MAYOR INFORMACIÓN:
Laura E. Solano/Comunicación Corporativa
María Elena Gutiérrez/Relación con Inversionistas
Tels.: (018)328 6150/(018)328 6245
e-mail: lsolmar@femsa.com.mx
megutsan@femsa.com.mx

**FEMSA REPORTA RESULTADOS PARA EL PRIMER TRIMESTRE
TERMINADO EL 31 DE MARZO DEL 2000.**

**CRECE 23.3% LA UTILIDAD DE OPERACIÓN CONSOLIDADA DE FEMSA
EN EL PRIMER TRIMESTRE DEL 2000**

Monterrey, México, abril 24, 2000 — Fomento Económico Mexicano S.A. (“FEMSA” o la Compañía) (BMV: FEMSA UBD; NYSE: FMX), la compañía de bebidas más grande de México y una de las compañías de bebidas líderes en América Latina reportó hoy ventas netas consolidadas de 9,347 millones de pesos para el primer trimestre del 2000, un incremento de 10.7% comparado con el mismo período del año anterior. El crecimiento de los ingresos consolidados se debió al crecimiento en los ingresos de los tres principales negocios de FEMSA – FEMSA Cerveza, Coca-Cola FEMSA y FEMSA Comercio. Al igual que la tendencia experimentada en el cuarto trimestre de 1999, el crecimiento de los ingresos de los negocios de bebidas para el primer trimestre del 2000 refleja tanto crecimiento en volúmenes así como mayor precio en términos reales de FEMSA Cerveza y las operaciones de Coca-Cola FEMSA en México. En FEMSA Comercio, el crecimiento de los ingresos se debió al incremento en número de tiendas y al crecimiento de las ventas de tiendas iguales como consecuencia de un crecimiento continuo el tráfico y el ticket promedio por tienda.

La Compañía registró una utilidad de operación consolidada de 1,110 millones de pesos para el primer trimestre del 2000, un incremento de 23.1% con respecto al mismo período del año anterior. El margen de operación consolidado para el primer trimestre del 2000 alcanzó el 11.8% de los ingresos consolidados, 1.1 puntos porcentuales superior al margen obtenido en el primer trimestre de 1999.

José Antonio Fernández Carbajal, director general de la Compañía declaró, “la característica sobresaliente en los resultados de este primer trimestre, es el crecimiento observado en la utilidad operativa consolidada de la compañía. Dicho crecimiento refleja, principalmente, la mejoría en los precios reales de nuestros productos de bebidas en México. Mirando hacia adelante y bajo una perspectiva macroeconómica muy saludable, los resultados del primer trimestre auguran un excelente desempeño durante los meses de verano, los cuales históricamente han sido los más rentables del año”.

La utilidad neta mayoritaria disminuyó 42.3% a 402 millones de pesos en el primer trimestre del 2000 en comparación con el mismo período del año anterior. La utilidad por unidad FEMSA UBD para el primer trimestre del 2000 fue de 0.376 pesos. La utilidad por ADR para el primer trimestre del 2000 fue de 0.405 dólares.

RESULTADOS FINANCIEROS NO AUDITADOS PARA EL PRIMER TRIMESTRE TERMINADO EL 31 DE MARZO DEL 2000, COMPARADOS CON EL PRMER TRIMESTRE TERMINADO EL 31 DE MARZO DE 1999

A continuación se presenta cierta información financiera no auditada de Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V. (“FEMSA” o la “Compañía”) (BMV: FEMSA UBD) para el primer trimestre terminado el 31 de marzo del 2000, comparada con el primer trimestre terminado el 31 de marzo de 1999. FEMSA es una empresa tenedora, cuyas principales actividades están agrupadas bajo las siguientes compañías tenedoras y realizadas por sus respectivas subsidiarias (“Compañías Subsidiarias”) operativas: FEMSA Cerveza, S.A. de C.V. (“FEMSA Cerveza”), la cual participa en la producción, distribución y venta de cerveza; Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. (“Coca-Cola FEMSA”), la cual participa en la producción, distribución y venta de refrescos; FEMSA Empaques, S.A. de C.V. (“FEMSA Empaques”), la cual participa en la producción y distribución de materiales de empaque; FEMSA Comercio, S.A. de C.V. (“FEMSA Comercio”), la cual participa en la operación de tiendas de conveniencia; Desarrollo Comercial FEMSA, S.A. de C.V. (“DCF”), la cual posee el 50.01% del capital con derecho a voto de Empresas Amoxxo, S.A. de C.V. (“Amoxxo”), que opera tiendas de conveniencia adyacentes a estaciones de gasolina; Logística CCM, S.A. de C.V. (“Logística CCM”), la cual provee servicios de administración de logística a FEMSA Cerveza, y FEMSA Logística S.A. de C.V. (FEMSA Logística), que provee servicios de administración de logística a Coca-Cola FEMSA, a FEMSA Empaques, y recientemente al mercado abierto.

Todas las cifras en este reporte están expresadas en pesos mexicanos constantes (“peso” o “Ps.”) con poder adquisitivo al 31 de marzo del 2000 y fueron preparadas de acuerdo con Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México (“PCGA en México”); por lo tanto, todos los cambios porcentuales están expresados en términos reales. La reexpresión se determinó como sigue:

- Para los resultados de las operaciones en México, utilizando los factores derivados del Índice Nacional de Precios al Consumidor (“INPC”).
- Para los resultados de las operaciones en Buenos Aires, utilizando los factores derivados del Índice Nacional Argentino de Precios al Consumidor y convirtiendo los pesos argentinos a pesos, con base en el tipo de cambio del Banco de México al 31 de marzo del 2000, de 9.292 pesos por peso argentino.

Este reporte puede contener ciertas declaraciones sobre expectativas con respecto al futuro desempeño de FEMSA y de sus subsidiarias, 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 y de sus subsidiarias.

NOTICIA IMPORTANTE

Los invitamos a registrarse en nuestro nuevo sitio de Relaciones con Inversionistas ubicado en el sitio de FEMSA (www.femsa.com), para que reciba automáticamente a través de su correo electrónico todos nuestros boletines de prensa, reportes trimestrales e información financiera. Adicionalmente encontrará los archivos de audio de las conferencias telefónicas, los reportes trimestrales desde 1997, las presentaciones corporativas expuestas por la alta Administración en foros industriales, el calendario de eventos del área de Relaciones con Inversionistas, Informes Anuales de Accionistas, el Reporte Anual de acuerdo con la sección 13 del Acta de Intercambio de Valores de 1934 (“Securities Exchange Act of 1934”), así como información en línea (20 minutos de retraso) de las acciones de FEMSA en la BMV y en el NYSE. Por el momento el sitio de Internet está disponible sólo en idioma inglés, sin embargo durante este año se llevará a cabo el proceso para proporcionar la información también en español.

**Resultados Financieros No Auditados para el Primer Trimestre terminado el 31 de marzo del 2000,
comparados con el Primer Trimestre terminado el 31 de marzo de 1999.**

FEMSA Consolidado

Ingresos Totales/Ventas Netas

Los ingresos totales de FEMSA crecieron 11.0% a 9,376 millones de pesos y las ventas netas consolidadas aumentaron 10.7% a 9,347 millones de pesos. FEMSA Cerveza y las operaciones en México de Coca-Cola FEMSA registraron un crecimiento importante en ventas durante el primer trimestre principalmente como resultado del crecimiento de los volúmenes de las operaciones en México y del incremento en el precio doméstico de la cerveza efectivo el primero de enero del 2000, así como el crecimiento en el precio promedio por caja de Coca-Cola FEMSA. El importante crecimiento obtenido por negocios de bebidas y comercio en el primer trimestre, se vio afectado por la disminución del 17% de los ingresos de FEMSA Empaques, como resultado de la disminución en los volúmenes de venta en los principales productos aunado a menores ingresos en pesos por los productos cotizados en dólares. Las principales subsidiarias de FEMSA, y específicamente las operaciones de comercio, continúan beneficiándose por una mejora en el poder adquisitivo del consumidor como resultado del crecimiento en el empleo y en el ingreso real disponible de la población, La Compañía espera que dicha tendencia continúe impulsando el crecimiento de sus ingresos en tanto que la economía continúe en expansión.

CAMBIO % VENTAS NETAS	
1er. Trim. 00 vs. 1er. Trim. 99	
FEMSA Consolidado	10.7
FEMSA Cerveza	7.9
Coca-Cola FEMSA	10.7
FEMSA Empaques	(17.0)
FEMSA Comercio	26.1

Utilidad Bruta

La utilidad bruta consolidada de FEMSA aumentó 16.5% a 4,532 millones de pesos, representando un margen bruto consolidado de 48.5%, un crecimiento de 2.4 puntos porcentuales. Las principales subsidiarias de FEMSA registraron un crecimiento en el margen bruto en el primer trimestre como resultado de (i) crecimiento en los volúmenes de ventas aunado a una mejora en los precios de la cerveza y los refrescos, lo que resultó en un importante crecimiento en los ingresos consolidados (ii) eficiencias operativas y (iii) la apreciación del peso en términos reales con respecto al dólar, comparada con el primer trimestre de 1999, lo que resultó en menores costos variables para FEMSA Cerveza, Coca-Cola FEMSA a pesar de los crecimientos experimentados en materias primas cotizadas en dólares.

CAMBIO % EN UTILIDAD DE OPERACIÓN	
Antes del pago de servicios corporativos	
1er. Trim. 00 vs. 1er. Trim. 99	
FEMSA Consolidado	23.1
FEMSA Cerveza	2.8
Coca-Cola FEMSA	50.4
FEMSA Empaques	(20.6)
FEMSA Comercio	50.4

Utilidad de Operación

Los gastos de operación consolidados de FEMSA (incluyendo la amortización del crédito mercantil y los servicios corporativos pagados a Labatt), aumentaron 14.4% a 3,411 millones de pesos. Como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de operación aumentaron 1.1 puntos porcentuales a 36.4%, reflejando principalmente (i) mayores gastos administrativos en FEMSA Cerveza y Coca-Cola FEMSA y (ii) mayores gastos de venta de FEMSA Cerveza como resultado de la decisión de adelantar al primer trimestre ciertos gastos comerciales y de mercadotecnia, anticipando la temporada de alto consumo. La utilidad de operación consolidada de FEMSA (después de la participación en los resultados de compañías asociadas) aumentó 23.1% a 1,110 millones de pesos. Coca-Cola FEMSA contribuyó con la mayor parte de este incremento en la utilidad de operación consolidada en términos

absolutos. El margen de operación consolidado aumentó 1.1 puntos porcentuales ascendiendo a 11.8% de los ingresos totales consolidados.

Utilidad Neta

La utilidad neta consolidada de FEMSA disminuyó 31.6%, de 855 millones de pesos registrados en el primer trimestre de 1999 a 585 millones de pesos en el primer trimestre del 2000. La disminución en la utilidad neta se debió principalmente a: (i) el efecto de un costo integral de financiamiento de 11 millones de pesos, comparado con un ingreso integral de financiamiento de 343 millones de pesos registrado en el primer trimestre de 1999, y (ii) un incremento del 24.1 impuestos sobre la renta, impuestos sobre activos y participación los trabajadores en las utilidades incluyendo los impuestos diferidos).

En el primer trimestre del 2000, el gasto financiero neto consolidado aumentó 10.7% a 155 millones de pesos, comparado con el primer trimestre de 1999. Este incremento reflejó el efecto neto de (i) una disminución de 10.0% en los gastos financieros como resultado de una disminución de aproximadamente 50 millones de dólares en el saldo promedio de deuda consolidada en los últimos doce meses, y (ii) una disminución de 32.1% en el producto financiero como resultado de menores tasas de interés obtenidas en las inversiones en pesos, con respecto al primer trimestre de 1999. FEMSA registró una ganancia por fluctuación cambiaria de 9 millones de pesos como resultado del efecto neto de (i) la pérdida de 130 millones de pesos generada por contratos de compra de dólares a futuro que vencieron en el primer trimestre del 2000, y (ii) una ganancia de aproximadamente 139 millones de pesos como resultado de la apreciación de 2.1% del peso contra el dólar comparado con una ganancia por fluctuación cambiaria de 278 millones registrada en el primer trimestre de 1999. A marzo 31 del 2000, la Compañía tenía contratos de compra de dólares a futuro de 362 millones de dólares a una tasa promedio ponderada de 11.3 pesos por dólar.

La ganancia por posición monetaria ascendió a 135 millones de pesos, una disminución de 34.1%, reflejando principalmente una menor tasa de inflación registrada durante primer trimestre del 2000, en comparación con el primer trimestre de 1999.

FEMSA y sus subsidiarias registraron impuestos sobre la renta, impuestos sobre activos y participación de utilidades a los trabajadores (“impuestos”) por 495 millones de pesos, lo que significó un crecimiento del 24.1%, como resultado de un incremento en la provisión de impuestos de la compañía la cual fue parcialmente compensada por el beneficio registrado por impuestos diferidos, calculado de acuerdo con el Boletín D-4 (“Tratamiento Contable del Impuesto sobre la Renta, Impuesto al Activo y de la Participación de los Trabajadores en la Utilidad”).

La provisión de impuestos para el primer trimestre se incrementó como consecuencia de (i) crecimiento de las utilidades en la mayoría de las subsidiarias las cuales ya han amortizado la mayor parte de sus pérdidas fiscales de ejercicios anteriores y, (ii) el efecto de compras anticipadas efectuadas y deducidas (para propósitos fiscales) el año pasado. El crédito registrado por impuestos diferidos ascendió a 128 millones de pesos y se debe principalmente a (i) el efecto de la apreciación real del peso en el valor de los activos fijos contables en comparación con el valor fiscal de dichos activos, los cuales se revalúan solo con INPC y, (ii) la reversión del pasivo por impuestos diferidos generado por las compras anticipadas efectuadas y deducidas el año anterior. La tasa efectiva de impuestos promedio de la Compañía para el primer trimestre del 2000 fue 45.8%, en comparación con 31.8% del mismo período de 1999. La Compañía estima que la tasa efectiva de impuestos, incluyendo impuestos diferidos, para el año 2000 sea aproximadamente del 45%. A partir del 1 de Enero del 2000, la Compañía registró un pasivo por impuestos diferido de 3,821 millones de pesos y una reducción del capital contable de la misma cantidad. El efecto en la utilidad neta mayoritaria para el primer trimestre del 2000 es un incremento de 103 millones de pesos.

La utilidad neta mayoritaria consolidada ascendió a 402 millones de pesos para el primer trimestre del 2000, comparada con 697 millones de pesos registrados en el primer trimestre de 1999. La utilidad neta mayoritaria por unidad FEMSA UBD¹ ascendió a 0.376 pesos, comparada con 0.652 pesos para el mismo período del año anterior, una disminución del 42.3%. La utilidad neta mayoritaria por ADR de FEMSA² ascendió a 0.405 dólares para el primer trimestre del 2000.

1er. Trimestre	Por Unidad ¹	
	2000	1999
Pesos		
Util. Neta mayoritaria	0.376	0.652
Flujo Bruto de Operación ³	1.830	1.542

¹Las unidades de FEMSA consisten en Unidades FEMSA UBD y Unidades FEMSA UB. Cada unidad FEMSA UBD está compuesta por una acción Serie B, dos acciones Serie D-B y dos acciones Serie D-L. Cada unidad FEMSA UB está compuesta por cinco acciones Serie B. El número de Unidades FEMSA en circulación al 31 de marzo del 2000 fue 1,068,268,090, equivalente al número total de acciones en circulación al 31 de marzo de 2000, dividido entre 5.

²Cada ADR está compuesto de 10 unidades FEMSA UBD. Para calcular la utilidad neta mayoritaria y el flujo bruto de operación en una base equivalente por ADR, el número de ADRs que se utilizó es 106,826,809, equivalente al número de Unidades FEMSA en circulación al 31 de marzo de 2000, dividido entre 10.

³ El flujo de operación se calcula sumando a la utilidad de operación, la depreciación y amortización, y los demás cargos virtuales.

FEMSA Cerveza

Ventas netas

Las ventas netas de FEMSA Cerveza crecieron 7.9% a 3,510 millones de pesos, como resultado de: (i) el incremento de 4.2% en los embarques totales y (ii) al incremento promedio ponderado de aproximadamente 16% en los precios nominales de los productos nacionales efectivo al primero de enero del 2000, lo que dio como resultado un ingreso doméstico por hectolitro de 711, un incremento real de 4.4% comparado con el primer trimestre de 1999. Los embarques domésticos de FEMSA Cerveza crecieron 3.6% a 4.643 millones de hectolitros, reflejando principalmente el continuo crecimiento de la demanda en las regiones del norte del país y un crecimiento por encima de la industria en las regiones del centro y del sur. Aún cuando el crecimiento del volumen doméstico de FEMSA Cerveza en el mes de marzo fue ligeramente más bajo que el registrado en los meses de enero y febrero (dado que la Semana Santa en 1999 fue la última semana de marzo y este año fue en abril), la administración considera que el crecimiento del 3.6% de los embarques domésticos en el primer trimestre, a pesar del incremento de precio nominal del 16% en el mercado nacional, demuestra la mejora en la confianza y el poder adquisitivo del consumidor. La Compañía estima que el volumen doméstico de FEMSA Cerveza creció ligeramente por debajo de la industria durante el primer trimestre, como generalmente sucede durante este período en los últimos años.

DATOS SOBRESALIENTES 1er. Trim. 00 vs. 1er. Trim. 99 CAMBIO %	
Volumen Doméstico	3.6
Volumen Exportación	14.4
Volumen total	4.2
Ventas Netas	7.9
Utilidad de Operación antes de Servicios Corporativos	2.8

Los embarques de exportación crecieron 14.4% a 318 mil hectolitros en el primer trimestre, sin embargo el objetivo de FEMSA Cerveza es crecer por lo menos 20% para el 2000. El crecimiento de exportaciones continuó impulsado por el crecimiento en el mercado de Norte América, el cual, al 31 de marzo del 2000 represento 85.5% del total de los embarques de exportación. Los ingresos por exportación en dólares alcanzaron los 22.1 millones, 18.2% por arriba del mismo período del año anterior. Los ingresos de exportación en pesos disminuyeron 4.9% a 209 millones como consecuencia de la apreciación real del peso contra el dólar registrada en los últimos doce meses.

MÁRGENES		
	1er. Trim. 00	1er. Trim. 99
Margen bruto	54.4%	50.7%
Margen de operación antes de Servicios Corporativos	10.1%	10.6%

Utilidad bruta

El costo de ventas de FEMSA Cerveza permaneció estable en comparación con el primer trimestre del año anterior alcanzando 1,623 millones de pesos. Los costos variables disminuyeron aproximadamente 5%, reflejando un decremento real en el costo en pesos de los granos, latas de aluminio para bebidas y botellas de vidrio como consecuencia de los muy favorables precios nacionales de estos productos. Los gastos de transportación continuaron disminuyendo en términos reales, comparados con el primer trimestre de 1999, reflejando eficiencias adicionales obtenidas por Logística CCM en la operación de la distribución primaria, flete y procesos de logística de FEMSA Cerveza. Como resultado del crecimiento de los ingresos apalancado en la disminución de la estructura de costos variables y fijos por hectolitro, la utilidad bruta aumentó 15.6% a 1,908 pesos y el margen bruto mejoró 3.7 puntos porcentuales a 54.4% de las ventas netas.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación de FEMSA Cerveza aumentaron 18.8% a 1,540 millones de pesos. Como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de operación crecieron 4.0 puntos porcentuales a 43.6%. Es importante resaltar que una proporción significativa de los gastos de ventas y de administración son fijos. Como consecuencia, en los meses de bajo volumen (como es el caso de FEMSA Cerveza para los primeros tres meses de este año), el sistema es menos eficiente en la absorción de los gastos fijos de operación, resultando en mayores gastos de operación por hectolitro y, consecuentemente como porcentaje de ventas, en comparación con los siguientes tres trimestres del año. Este porcentaje no es un indicador de los niveles esperados de gastos de operación anuales como porcentaje de ventas. Este fenómeno denota la alta estacionalidad de nuestro negocio de cerveza.

Los gastos administrativos se incrementaron 23.2% principalmente como consecuencia de (i) mayores gastos de la oficina central así como el crecimiento del área de Desarrollo Comercial creada en enero de 1999 y (ii) incremento real en sueldos y salarios. Los gastos de ventas aumentaron 17.5% con respecto al primer trimestre de 1999. Aproximadamente un tercio del incremento es atribuible a la decisión de la administración de anticipar parte de los gastos comerciales y de publicidad que estaban programados en el presupuesto para el segundo trimestre. El resto del incremento se debe en su mayoría a una reestructuración de la infraestructura comercial de FEMSA Cerveza que inició en el segundo trimestre de 1999. Algunos de los conceptos que justifican el mayor gasto de venta son incremento en número de rutas, mayor personal de ventas, la adquisición de algunos territorios que estaban concesionados y el refuerzo de las unidades de distribución principalmente en el centro del país. La administración espera que la demanda de cerveza se incremente durante el 2000 y considera que los recursos invertidos en actividades para estimular demanda, como los patrocinios y la publicidad, así como los esfuerzos en la creación de valor de marca, sean más efectivos que en los años previos. Aunque la competencia en el mercado doméstico continúa explicando los altos niveles de gastos comerciales, FEMSA Cerveza pretende enfocarse en incrementar el porcentaje de dichos gastos para estimular demanda, en lugar de incrementar la oferta. El margen de operación antes de la deducción del pago de servicios corporativos a FEMSA y a Labatt disminuyó 0.5 puntos porcentuales 10.1% como porcentaje de los ingresos totales.

Coca-Cola FEMSA

Ventas Netas

Coca-Cola FEMSA registró un crecimiento en sus ventas netas de 10.7% a 3,677 millones de pesos reflejando principalmente el crecimiento en ventas netas en los territorios mexicanos, como resultado de un aumento del 7.7% en el volumen y el incremento del 6.3% en el precio promedio por caja unidad. El segmento de colas en los territorios mexicanos, presentó un crecimiento de 6%, y representó aproximadamente el 75% de la mezcla. El segmento de sabores, incluyendo agua, se incrementó aproximadamente el 12%. Las presentaciones que observaron mayores tasas de crecimiento en México fueron 2 litros PET retornable y las presentaciones personales (500 y 600 ml.) en PET no retornable. La administración estima que el crecimiento de los volúmenes de Coca-Cola FEMSA en los territorios Mexicanos crecieron en línea con el crecimiento del sistema Coca-Cola en México y aproximadamente de dos a tres puntos porcentuales por encima de la tasa de crecimiento de la industria de refrescos en México.

Las ventas netas del territorio de Buenos Aires se incrementaron 1.1% como consecuencia del crecimiento del 6.1% en el volumen y de una disminución del precio promedio unitario comparado con el primer trimestre de 1999. A pesar de esta reducción en el precio promedio unitario durante el primer trimestre del 2000 para los territorios de Buenos Aires, estos se han mantenido estables los últimos tres trimestres. El crecimiento del volumen en el territorio de Buenos Aires se dio principalmente en el segmento de colas en la presentación PET retornable y por Sprite Light. La administración estima que los volúmenes de Coca-Cola FEMSA en el territorio de Buenos Aires crecieron aproximadamente cinco puntos porcentuales por encima del crecimiento obtenido por el sistema Coca-Cola en este país, y por debajo de la industria del refresco en Argentina.

CAMBIO % VOLUMEN	
1er. Trim. 00 vs. 1er. Trim. 99	
	Total
México	7.7
Buenos Aires	6.1
Total	7.4

Utilidad Bruta

El costo de ventas de Coca-Cola FEMSA se incrementó sólo 2.1% a 1,877 millones de pesos, a pesar del crecimiento consolidado de volumen del 7.4% y disminuye como porcentaje de ventas 4.4 puntos porcentuales a 51.0%. La utilidad bruta de Coca-Cola FEMSA creció como consecuencia del incremento de ingresos y la continua disminución en el costo promedio unitario, como resultado de (i) eficiencias de escala y de operación, (ii) la apreciación del peso contra el dólar y (iii) precios más bajos o estables en términos reales de materias primas. Aun y cuando los precios de las pre-formas para botella de plástico se incrementaron en términos de dólares, los costos de Coca-Cola FEMSA en pre-forma de plástico se disminuyeron en términos de Pesos como resultado de la apreciación del Peso contra el Dólar. La utilidad bruta se incrementó 21.9% y el margen bruto mejoró 4.6 puntos porcentuales a 49.5% de las ventas netas.

MÁRGENES		
	1er. Trim. 00	1er. Trim. 99
Margen bruto	49.5%	44.9%
Margen de operación	15.9%	11.7%

Utilidad de operación

Los gastos de operación aumentaron 12.4%, crecieron 0.5 puntos porcentuales a 32.6% como porcentaje de ventas, excluyendo amortización de crédito mercantil. Las operaciones mexicanas de Coca-Cola FEMSA actualmente están bajo un proceso de reorganización, cuyo objetivo principal es hacer más esbelta su estructura de operación y corporativa para eliminar redundancias e incrementar eficiencias. El incremento en gastos de operación es atribuible principalmente a incremento real en sueldos y salarios y a un incremento en los gastos de mercadotecnia en el territorio de Buenos Aires (los cuales permanecen abajo del promedio anual del 6% cómo porcentaje de ventas). La utilidad de operación se incrementó 50.4% a 588 millones de pesos y el margen de operación de Coca-Cola FEMSA mejoró 4.2 puntos porcentuales a 15.9%.

Eventos Recientes

Durante 1999, Coca-Cola FEMSA condujo un estudio de su estructura organizacional, el cual culminó en una reorganización que fue implementada a partir de enero del 2000, con el propósito de alinear la estructura corporativa y organizacional con el objetivo de eliminar redundancias e incrementar eficiencias. Como parte de esta reestructuración se redujo de 15 a 6 el número de subsidiarias operativas de Coca-Cola FEMSA. Dicha reestructuración concluyó en marzo del 2000 y no representa cambios geográficos en los mercados en donde opera la compañía.

En marzo del 2000, Coca-Cola FEMSA cerró la planta de Tlalnepantla en Valle de México la cual constaba de tres líneas de embotellado de presentaciones de plástico retornable y no retornable. A esa misma fecha, esta planta contaba con capacidad instalada anual de aproximadamente 13.1 millones de cajas unidad y operaba al 80% de su capacidad.

FEMSA Empaques

Ventas Netas

Las ventas netas de FEMSA Empaques registraron una disminución de 17.0% a 1,261 millones de pesos como consecuencia de: (i) el impacto negativo de la apreciación real del peso contra el dólar en los ingresos en pesos de los productos e empaque denominados en dólares como las latas de bebidas y las hermetapas y (ii) una disminución en el volumen de las principales líneas de productos de FEMSA Empaques como latas de bebidas y botellas de vidrio, comparadas con el primer trimestre de 1999. La disminución en el volumen de latas de bebidas se debió principalmente a la reducción de compra de latas por FEMSA Cerveza y de

Industria Enlatadora de Querétaro (“IEQSA”). La administración considera que la demanda de latas de bebidas de FEMSA Cerveza disminuyó como resultado de (i) compras anticipadas realizadas en el cuarto trimestre de 1999 como parte del Plan de Contingencia para el año 2000 (“Plan de Contingencia”), y (ii) la baja demanda de cerveza en presentación de latas en el primer trimestre de este año, principalmente como consecuencia del incremento de precio implementado en enero del 2000. La disminución en las ventas de latas de bebidas para IEQSA fue resultado de un incremento en la competencia en el mercado nacional. La administración considera que el desempeño de los volúmenes del negocio de latas de bebidas durante el 2000 dependerá principalmente de la demanda de latas de bebidas de FEMSA Cerveza y Coca-Cola FEMSA. Sin embargo, la rentabilidad de este negocio, depende no sólo del crecimiento de volumen, sino del tipo de cambio del peso contra el dólar y de las condiciones generales de precios en el mercado doméstico, las cuáles últimamente han experimentado algunas presiones como resultado del incremento en la competencia.

CAMBIO % VOLUMENES	
1er. Trim. 00 vs. 1er. Trim. 99	
Latas de bebidas	(9.3)
Hermetapas	2.3
Botellas de vidrio	(16.2)
Refrigeradores	(25.7)

Las botellas de vidrio disminuyeron 16.2% en el primer trimestre principalmente como resultado de las ventas anticipadas realizadas por FEMSA Cerveza en el cuarto trimestre de 1999, relacionadas con el Plan de Contingencia para el año 2000. Las compras de Coca-Cola FEMSA continuaron disminuyendo, sin embargo éstas representan un pequeño porcentaje de las ventas de botellas de vidrio de FEMSA Empaques. Las ventas a clientes terceros, por otra parte, se han incrementado en comparación con el primer trimestre del año anterior, aunque sobre una base pequeña. La administración espera que la rentabilidad de este negocio se recupere, en tanto que las ventas al mercado abierto continúen creciendo. Los volúmenes de refrigeradores comerciales disminuyeron 25.7% en el primer trimestre como resultado de una baja en la inversión en equipo de venta de bebidas frías en la industria de refrescos a nivel nacional.

Utilidad bruta

La utilidad bruta de FEMSA Empaques disminuyó 15.6% a 306 millones de pesos y el margen bruto creció 0.4

MÁRGENES		
	1er. Trim. 00	1er. Trim. 99
Margen bruto	24.3%	23.9%
Margen de operación antes de Servicios Corporativos	14.7%	15.4%

puntos porcentuales a 24.3% de las ventas netas. La apreciación del peso contra el dólar continúa afectando los márgenes brutos de los negocios de latas de bebidas y hermetapas, tal como se presentó durante 1999. Adicionalmente, la intensificación de la competencia en el mercado doméstico de latas de bebidas ha tenido como consecuencia menores volúmenes y precios más bajos, a pesar del incremento en el costo de aluminio para la producción de latas de bebidas. El negocio de botellas de vidrio continúa registrando bajos niveles de absorción de costos fijos, debido a la continua

disminución en los volúmenes. La administración continuará enfocando sus esfuerzos en la penetración del mercado abierto, principalmente en botellas de vidrio, latas de bebidas y hermetapas, ofreciendo los mejores precios, la más alta calidad y el mejor servicio al cliente en el mercado.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación disminuyeron 6.6% a 120 millones de pesos y aumentaron ligeramente como porcentaje de ventas. La utilidad de operación antes del pago de servicios corporativos disminuyó 20.6% a 186 millones de pesos, reflejando principalmente la reducción en la utilidad bruta. Adicionalmente, la estructura operativa de FEMSA Empaques (sueldos y salarios, distribución, gastos de ventas y gastos de administración) está denominada en pesos y los negocios que venden productos denominados en dólares, generalmente sufren una contracción de sus márgenes de operación bajo el escenario de un peso fuerte. Los márgenes de operación antes del pago de servicios corporativos de FEMSA Empaques se redujeron 0.7 puntos porcentuales a 14.7% de los ingresos totales. Efectivo al cuarto trimestre de 1999, el pago de servicios corporativos a FEMSA se incrementó de 1% a 1.6% de los de los ingresos totales. Dado que FEMSA Empaques es una subsidiaria 100% de FEMSA, el incremento en servicios administrativos no afectará la utilidad operativa consolidada de FEMSA

Eventos Recientes

FEMSA Empaques anunció recientemente la venta de Corrugados Tehuacán S.A. de C.V. (“COTESA”), su negocio de cartón, por 71 millones de dólares y espera que la venta se concluya, a más tardar el 15 de junio del presente año. Retroactivo al primero de enero del 2000, FEMSA Empaques dejó de consolidar COTESA. Para efectos de comparación en este reporte, los resultados del negocio de cartón han sido excluidos de los resultados de FEMSA Empaques y de FEMSA del primer trimestre de 1999.

Para obtener el estado de resultados proforma del estado de resultados de FEMSA Empaques para el año completo de 1999 sin incluir COTESA, favor de contactar al área de Relación con Inversionistas.

FEMSA Comercio

Ventas Netas

Las ventas netas de FEMSA Comercio crecieron 26.1% a 1,575 millones de pesos. El crecimiento de las ventas se atribuyó principalmente a (i) un incremento neto de 26 nuevas tiendas durante el primer trimestre y 197 nuevas tiendas en los últimos doce meses, un incremento efectivo de 19.2% en el piso de venta año contra año y (ii) un crecimiento promedio del 7.8% en las ventas de tiendas maduras comparativas en relación el primer trimestre de 1999, reflejando una mejora en la venta promedio por cliente de 3.4% y 4.7% en el tráfico por tienda. La Cadena Comercial OXXO continua impulsando el tráfico a las tiendas a través de las campañas de promoción nacionales y regionales. La Administración estima que el crecimiento en las ventas promedio de las tiendas maduras comparativas de la industria organizada del comercio al detalle creció aproximadamente 3.5% en el primer trimestre del 2000, lo que comprueba el favorable entorno de consumo y el crecimiento del poder adquisitivo registrado desde finales de cuarto trimestre de 1999 y que ha prevalecido durante el primer trimestre del presente año. Las ventas de tiendas maduras comparativas de los establecimientos localizados en las regiones sur y centro del país se incrementaron a tasas por encima del promedio de la cadena y aproximadamente dos veces más rápido que el crecimiento de las tiendas del norte. La administración atribuye esta variación a las condiciones de comparación más favorables que tienen las tiendas de las regiones sur y centro con respecto a las del norte. La Cadena Comercial OXXO recientemente ha expandido sus establecimientos a Monclova, Los Mochis, Nogales y Villahermosa y este año espera abrir tiendas en las regiones centro y sur del país, donde actualmente no está presente.

DATOS SOBRESALIENTES 1er. Trim. 00 vs. 1er. Trim. 99 CRECIMIENTO	
Nuevas Tiendas	26
Ventas netas	26.1%
Ventas tiendas iguales	7.8%
Utilidad de operación antes de Servicios Corporativos	50.4%

Utilidad bruta

FEMSA Comercio registró una utilidad bruta de 395 millones de pesos, 30.9% mayor a la del primer trimestre de 1999 y el margen bruto se incrementó 1.0 puntos porcentuales, al representar el 25.1% de las ventas netas.

MÁRGENES		
	1er. Trim. 2000	1er. Trim. 99
Margen bruto	25.1	24.1
Margen de operación antes de Servicios Corporativos	3.9	3.3

El incremento en el margen bruto se atribuye a (i) compras anticipadas de productos generadores de tráfico como cerveza, refrescos y cigarrillos y (ii) promociones y descuentos transferidos por algunos proveedores.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación aumentaron 27.8% a 333 millones de pesos y disminuyeron como porcentaje de las ventas totales 0.2 puntos porcentuales a 21.1%, comparados con el primer trimestre de 1999. La

utilidad de operación aumentó 50.4% a 62 millones de pesos principalmente como resultado del fuerte crecimiento de ingresos. A pesar de la expansión registrada en la cadena OXXO el año pasado, el promedio de gastos por tienda (incluyendo todas las tiendas) en el primer trimestre crecieron aproximadamente la mitad del crecimiento de las ventas de las tiendas maduras comparativas. En tanto que el promedio de maduración de las nuevas tiendas de la cadena continúe reduciéndose, como resultado del mejoramiento en el proceso de selección de tiendas y del aumento en el tráfico, esta tendencia debe prevalecer durante la fase de expansión de la cadena. FEMSA Comercio registró un margen de operación antes de la disminución de servicios corporativos de 3.9, un incremento de 0.6 puntos porcentuales sobre el primer trimestre de 1999.

FEMSA es la compañía de bebidas más grande de México y una de las compañías de bebidas líderes en Latinoamérica, con exportaciones a los Estados Unidos, Canadá y numerosos países en Latinoamérica, Europa y Asia. Fundada en 1890, y con oficinas centrales en Monterrey, México, FEMSA está estratégicamente integrada y opera a través de las siguientes subsidiarias: FEMSA Cerveza, la cual produce y distribuye reconocidas marcas de cerveza como Tecate, Carta Blanca, Superior, Sol, XX Lager, Dos Equis y Bohemia; Coca-Cola FEMSA, uno de los dos “embotelladores ancla” para América Latina, produce y distribuye refrescos incluyendo Coca-Cola, Coke Light, Sprite, Fanta y Quatro; FEMSA Empaques, apoya las operaciones de bebidas produciendo latas de bebidas, botellas de vidrio, hermetapas, etiquetas, cartón y refrigeradores comerciales y atiende al mercado abierto en todo el continente americano; FEMSA Comercio opera OXXO, la cadena de tiendas de conveniencia más extensa de México Logística CCM que provee servicios de administración de logística a FEMSA Cerveza y la nueva FEMSA Logística, la empresa creada recientemente para proporcionar servicios de administración de logística a algunas de las compañías subsidiarias de FEMSA, así como a clientes terceros.

###

siguen 3 páginas de tablas

FEMSA Cerveza

Volumen de Ventas

(Miles de hectolitros)

	2000	1999	%Var
Nacional:			
Retornable	3,684	3,515	4.8
No retornable	151	145	4.1
Lata	808	823	(1.8)
Total nacional	4,643	4,483	3.6
Exportación	318	278	14.4
Total volumen	4,961	4,761	4.2
Ingresos exportación:			
Millones Ps.	209.3	220.1	(4.9)
US Millones	22.1	18.7	18.2

Coca-Cola FEMSA

Volumen de Ventas

(Millones de cajas unidad)

	2000	1999	%Var
Mexico	103.8	96.4	7.7
Buenos Aires	33.7	31.7	6.1
Total	137.5	128.1	7.4

Mezcla por Presentación (%)

(Retornable / No retornable)

	2000	1999
México	45/55	45/55
Buenos Aires	11/90	8/92
Total	36/64	36/64

Mezcla por producto (%)

(Colas/Sabores/Agua)

	2000	1999
México	75/22/03	76/22/02
Buenos Aires	75/24/01	73/26/01
Total	75/23/02	75/23/02

FEMSA Empaque

Volumen de Ventas Total

(Millones de piezas)

	2000	1999	%Var
Latas	660	728	(9.3)
Hermetapas	2,840	2,775	2.3
Botellas	145	173	(16.2)
Refrigeradores (miles)	27	36	(25.7)
Etiquetas	1,117	875	27.7
Volumen Exportación:			
Latas	68	59	15.5
Hermetapas	1,216	1,160	4.8
Tapa ecológica	99	77	29.0
Ventas exportación:			
Millones Ps.	133.9	157.0	(14.7)
US Millones	14.1	13.3	6.1

Porcentaje de ventas por cliente

	2000	1999	%Var
Ventas intercompañías	47.7	51.5	(3.8)
FEMSA Cerveza	35.6	37.1	(1.5)
Coca-Cola FEMSA	12.1	14.4	(2.3)
Ventas a terceros	52.3	48.5	3.8
Nacional	43.1	40.4	2.7
Exportación	9.2	8.1	1.1
Total	100.0	100.0	

FEMSA Comercio

	2000	1999	%Var
Tiendas totales	1,223	1,026	19.2
Tiendas maduras comparativas:			
Vtas prom. mensuales por tienda			
(Miles de pesos)	440.6	408.6	7.8



ESTADO DE RESULTADOS CONSOLIDADO

Por el primer trimestre terminado el 31 de marzo de:

Millones de Pesos constantes del 31 de Marzo del 2000

	2000	1999	%Var
Ventas netas	9,347	8,443	10.7
Otros ingresos de operación	29	7	314.3
Total ingresos	9,376	8,450	11.0
Costo de ventas	4,844	4,560	6.2
Utilidad bruta	4,532	3,890	16.5
Gastos de administración	917	807	13.6
Gastos de venta	2,494	2,175	14.7
Gastos de operación	3,411	2,982	14.4
	1,121	908	23.5
Part. en asociadas	(11)	(6)	83.3
Utilidad de operación	1,110	902	23.1
Gasto financiero	244	271	(10.0)
Producto financiero	(89)	(131)	(32.1)
Gasto financiero, neto	155	140	10.7
Fluctuación cambiaria	(9)	(278)	(96.8)
Ganancia por posición monetaria	(135)	(205)	(34.1)
Costo integral de financiamiento	11	(343)	103.2
Otros gastos	19	(9)	(311.1)
Utilidad antes de impuestos	1,080	1,254	(13.9)
Impuestos	495	399	24.1
Utilidad neta total	585	855	(31.6)
Utilidad mayoritaria	402	697	(42.3)
Utilidad minoritaria	183	158	15.8

% Ingresos Totales

	2000	1999	Var P.P.
Ventas netas	99.7	99.9	(0.2)
Otros ingresos de operación	0.3	0.1	0.2
Total ingresos	100.0	100.0	-
Costo de ventas (1)	51.8	54.0	(2.2)
Utilidad bruta (1)	48.5	46.1	2.4
Gastos de administración	9.8	9.6	0.2
Gastos de venta	26.6	25.7	0.9
Gastos de operación	36.4	35.3	1.1
	12.0	10.8	1.2
Part. en asociadas	(0.1)	(0.1)	(0.1)
Utilidad de operación	11.8	10.7	1.2

(1) Calculado a ventas netas

BALANCE GENERAL

Al 31 de marzo de:

ACTIVOS	2000	1999	% Var
Efectivo y valores de realización inmediata	2,793	2,247	24.3
Cuentas por cobrar	2,643	2,609	1.3
Inventarios	3,642	3,513	3.7
Pagos anticipados	627	778	(19.4)
Total Activo Circulante	9,705	9,147	6.1
Propiedad, planta y equipo, neto	25,360	26,008	(2.5)
Cargos diferidos y otros	5,994	5,782	3.7
TOTAL ACTIVOS	41,059	40,937	0.3
PASIVOS Y CAPITAL CONTABLE			
Prestamos bancarios C.P.	1,112	2,418	(54.0)
Vencimientos del pasivo L.P. a C.P.	1,149	885	29.8
Intereses por pagar	202	200	1.0
Pasivo de operación	5,691	4,779	19.1
Total Pasivo Circulante	8,154	8,282	(1.5)
Prestamos bancarios L.P.	6,659	7,241	(8.0)
Obligaciones laborales	511	917	(44.3)
Otros pasivos (2)	3,950	144	2,643.1
Total Pasivos	19,274	16,584	16.2
Interés Minoritario	6,512	7,606	(14.4)
Interés Mayoritario	15,273	16,747	(8.8)
Total Capital Contable (2)	21,785	24,353	(10.5)
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	41,059	40,937	0.3

(2) Incluye el reconocimiento de impuestos diferidos a partir de enero del 2000

RAZONES FINANCIERAS

	2000	1999	% Var
Liquidez	1.19	1.10	0.09
Cobertura de deuda (3)	12.61	11.77	0.84
Apalancamiento	0.88	0.68	0.20
Capitalización	0.31	0.33	(0.02)

(3) Ut operación + depreciación + otros cargos virtuales / gastos financieros, neto



ESTADO DE RESULTADOS

Por los tres meses terminados el 31 de Marzo del 2000 y 1999
En millones de pesos del 31 de Marzo del 2000

	FEMSA Cerveza		Coca-Cola FEMSA		FEMSA Empaques		FEMSA Comercio		Amoxxo		FEMSA Logística		FEMSA Consolidado	
	2000	1999	2000	1999	2000	1999	2000	1999	2000	1999	2000	1999	2000	1999
Ventas Netas	3509.8	3253.6	3677.3	3320.9	1261.0	1518.7	1575.4	1249.7	365.6	316.3	275.1	268.0	9,347	8,443
Ingresos de Operación	21.3	20.1	18.6	10.1	1.5	0.3	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	29	7
Ingresos Totales	3531.1	3273.7	3695.9	3331.0	1262.5	1519.0	1575.6	1249.7	365.6	316.3	275.1	268.0	9,376	8,450
Costo Ventas	1623.4	1623.9	1876.5	1838.4	956.3	1156.0	1180.9	948.1	313.4	288.7	230.1	221.0	4,844	4,560
Margen Operación	1907.7	1649.8	1819.4	1492.6	306.2	363.0	394.7	301.6	52.2	27.6	45.0	47.0	4,532	3,890
Gastos Operación	1539.7	1296.2	1203.6	1070.8	120.0	128.5	333.2	260.7	51.2	27.2	19.8	21.2	3,357	2,931
Servicios pagados a Labatt													26	20
Amortización del Goodwill			28.3	31.2									28	31
Total Gastos de Operación	1539.7	1296.2	1231.9	1102.0	120.0	128.5	333.2	260.7	51.2	27.2	19.8	21.2	3,411	2,982
Participación en asociadas	(11.0)	(6.3)											(11)	(6)
UAFIR Comparable	357.0	347.3	587.5	390.6	186.2	234.5	61.5	40.9	1.0	0.4	25.2	25.8	1,110	902
Servicios Corporativos	(85.0)	(65.4)			(21.9)	(14.7)	(4.8)	(3.7)			(2.4)		-	-
UAFIR	272.0	281.9	587.5	390.6	164.3	219.8	56.7	37.2	1.0	0.4	25.2	23.4	1,110	902
Depreciación	204.8	197.9	145.4	144.3	53.3	57.7	16.8	12.9	1.8	1.9	11.4	11.5	438	429
Cargos Virtuales	253.1	163.0	129.1	134.0	4.5	5.6	11.7	9.1	2.9	3.0	0.6	0.4	407	317
Ebitda	729.9	642.8	862.0	668.9	222.1	283.1	85.2	59.2	5.7	5.3	37.2	35.3	1,955	1,647

Antes de Servicios Corp

UAFIR / Ingresos totales	10.1	10.6	15.9	11.7	14.7	15.4	3.9	3.3	0.3	0.1	9.2	9.6	11.8	10.7
EBITDA / Ingresos totales	18.3	17.6	23.3	20.1	15.9	17.7	5.1	4.4	1.6	1.7	13.5	12.3	20.8	19.5

Después de Servicios Corp

UAFIR / Ingresos totales	7.7	8.6	15.9	11.7	13.0	14.5	3.6	3.0	0.3	0.1	9.2	8.7	11.8	10.7
EBITDA / Ingresos totales	20.7	19.6	23.3	20.1	17.6	18.6	5.4	4.7	1.6	1.7	13.5	13.2	20.8	19.5

Inversión en activo fijo (1)	571	537	265	185	87	92	46	36	10	7	12	19	985	885
-------------------------------------	-----	-----	-----	-----	----	----	----	----	----	---	----	----	-----	-----

(1) Incluye propiedad, planta y equipo + cargos diferidos