



PARA DISTRIBUCIÓN INMEDIATA

PARA MAYOR INFORMACIÓN:

Laura E. Solano/María Elena Gutiérrez

Relaciones con Inversionistas

Tels.: (018)328 6150/(018)328 6245

e-mail: lsolmar@femsa.com.mx

megutsan@femsa.com.mx

FEMSA REPORTA RESULTADOS PARA EL TERCER TRIMESTRE Y NUEVE MESES TERMINADOS EL 30 DE SEPTIEMBRE DE 1999.

EL MÁRGEN DE OPERACIÓN CONSOLIDADO PARA EL TERCER TRIMESTRE AUMENTÓ 0.8 PUNTOS PORCENTUALES ALCANZANDO 16.3%

Monterrey, México (27 de octubre, 1999) - Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V. ("FEMSA" ó la "Compañía") (BMV: FEMSA UBD) reportó hoy ventas netas consolidadas por 9,365 millones de pesos para el tercer trimestre de 1999 y de 27,178 millones de pesos para los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1999, presentando crecimientos de 3.4% y 4.8%, respectivamente sobre los períodos comparables del año anterior. El crecimiento de los ingresos consolidados fue resultado del crecimiento obtenido por tres de los principales negocios de FEMSA –FEMSA Cerveza, Coca-Cola FEMSA y FEMSA Comercio. El crecimiento de los ingresos en los negocios de bebidas se debió principalmente al crecimiento del volumen y de los precios promedio en términos reales particularmente para las operaciones de la Compañía en México. En el negocio de FEMSA Comercio, el crecimiento de los ingresos fue resultado del aumento de las ventas de tiendas maduras comparativas y en el número de tiendas.

La Compañía registró una utilidad de operación consolidada de 1,533 millones de pesos para el tercer trimestre de 1999 y de 4,090 millones de pesos para los nueve meses de 1999, un incremento de 8.2% y 8.4% comparado con los mismos períodos del año anterior, respectivamente. El margen de operación consolidado para el tercer trimestre de 1999 alcanzó el 16.3% de los ingresos consolidados, un aumento de 0.8 puntos porcentuales sobre el margen de operación consolidado de 15.5% alcanzado en el tercer trimestre de 1998. El margen de operación de la Compañía para los nueve meses de 1999 fue 15.0%, 0.5 puntos porcentuales sobre el obtenido en los nueve meses de 1998.

José Antonio Fernández Carbajal, director general de la Compañía declaró, "Una vez más, nuestros esfuerzos para continuar el mejoramiento de la rentabilidad de nuestros negocios han producido resultados satisfactorios, reflejando un ambiente económico estable para nuestras operaciones de bebidas y de tiendas de conveniencia en México, así como los notables esfuerzos de FEMSA Empaques para reducir los efectos de la apreciación del peso contra el dólar en la rentabilidad del negocio a través de eficiencias de operación y reducción de costos. Creemos que hemos avanzado significativamente en la definición del papel estratégico de cada uno de nuestros negocios y continuaremos direccionando nuestros esfuerzos en la creación de ventajas competitivas, las cuales nos guiarán hacia la creación de valor para nuestros accionistas".

La utilidad neta mayoritaria aumentó 563.2% ascendiendo a 756 millones de pesos en el tercer trimestre de 1999, y 364.6% en los nueve meses de 1999, alcanzando 2,123 millones de pesos, en comparación con los mismos períodos del año anterior. La utilidad por unidad para el tercer trimestre y los nueve meses de 1999 fueron de 0.708 pesos y de 1.987 pesos, respectivamente. La utilidad por ADR para el tercer trimestre y los nueve meses de 1999 fueron de 0.797 y de 2.125 dólares, respectivamente.

RESULTADOS FINANCIEROS NO AUDITADOS PARA EL TERCER TRIMESTRE Y NUEVE MESES TERMINADOS EL 30 DE SEPTIEMBRE DE 1999, COMPARADOS CON EL TERCER TRIMESTRE Y NUEVE MESES TERMINADOS EL 30 DE SEPTIEMBRE DE 1998

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 tercer trimestre y nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1999, comparada con el tercer trimestre y nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998. 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; y FEMSA Logística, S.A. de C.V. (“FEMSA Logística”), la cual provee servicios de administración logística a FEMSA Cerveza, a Coca-Cola FEMSA y a FEMSA Empaques, así como a algunas compañías externas.

Todas las cifras en este reporte están expresadas en pesos mexicanos constantes (“peso” o “Ps.”) con poder adquisitivo al 30 de septiembre de 1999 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.
- 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 30 de septiembre de 1999, de 9.3390 pesos por peso argentino.

Resultados Financieros No Auditados para el Tercer Trimestre terminado el 30 de Septiembre de 1999, comparados con el Tercer Trimestre terminado el 30 de Septiembre de 1998

FEMSA Consolidado

Ingresos Totales/Ventas Netas

Los ingresos totales de FEMSA crecieron 3.2% a 9,391 millones de pesos y las ventas netas consolidadas aumentaron 3.4% a 9,365 millones de pesos. El crecimiento de las ventas netas se atribuyó al crecimiento de las ventas registrado por FEMSA Cerveza y Coca-Cola FEMSA en sus operaciones de México, así como un significativo crecimiento registrado en las ventas netas de FEMSA Comercio. Las operaciones de Coca-Cola FEMSA en Buenos Aires y FEMSA Empaques, por su parte, registraron una disminución en ventas netas durante el tercer trimestre. La contracción en ventas netas de las operaciones de Coca-Cola FEMSA en Buenos Aires refleja la disminución del precio promedio unitario en ese mercado. FEMSA Empaques experimentó un decremento en ventas netas principalmente por el efecto de la apreciación del peso contra el dólar sobre las ventas denominadas en dólares de esta subsidiaria, así como por la contracción de los volúmenes en ciertos productos.

CAMBIO % VENTAS NETAS	
3er. Trim. 99 vs. 3er. Trim. 98	
FEMSA Consolidado	3.4
FEMSA Cerveza	6.8
Coca-Cola FEMSA	3.0
FEMSA Empaques	(7.8)
FEMSA Comercio	17.6

Utilidad Bruta

La utilidad bruta consolidada de FEMSA aumentó 9.6% a 4,628 millones de pesos, representando un margen bruto consolidado de 49.4%, un crecimiento de 2.8 puntos porcentuales. Las principales subsidiarias de FEMSA experimentaron una expansión en el margen bruto, reflejando (i) crecimientos en volúmenes de ventas con una estructura de costos fijos relativamente estable y, (ii) al efecto favorable de la apreciación del peso contra el dólar que resultó en costos variables más bajos. La apreciación del peso contra el dólar en los últimos doce meses fue de 8.2%, comparada con una tasa inflacionaria de 15.8% para el mismo período.

Utilidad de Operación

CAMBIO % EN UTILIDAD DE OPERACIÓN	
Antes del pago de servicios corporativos	
3er. Trim. 99 vs. 3er.° Trim. 98	
FEMSA Consolidado	8.2
FEMSA Cerveza	11.5
Coca-Cola FEMSA	4.3
FEMSA Empaques	(6.6)
FEMSA Comercio	54.9

Los gastos de operación consolidados de FEMSA incluyendo la amortización de crédito mercantil, aumentaron 10.1% a 3,120 millones de pesos. Como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de operación aumentaron 2.0 puntos porcentuales a 33.2% principalmente como resultado del incremento de gastos de operación registrado por FEMSA Cerveza. Algunas de las subsidiarias de FEMSA pagan servicios corporativos, los cuales se eliminan en la consolidación y por lo tanto no tienen efecto en los gastos de operación consolidados, con excepción de los servicios corporativos pagados por FEMSA Cerveza a Labatt Brewing Company Limited ("Labatt"), los cuales, en el tercer trimestre de 1999, ascendieron a 21 millones de pesos.

La utilidad de operación consolidada de FEMSA (después de la participación en los resultados de compañías asociadas) aumentó 8.2% a 1,533 millones de pesos, debido principalmente a los incrementos en la utilidad de operación registrados por FEMSA Cerveza, Coca-Cola FEMSA y FEMSA Comercio. El margen de operación consolidado aumentó 0.8 puntos porcentuales ascendiendo 16.3% de los ingresos totales consolidados.

Utilidad Neta

La utilidad neta consolidada de FEMSA aumentó 283.8% de 266 millones de pesos registrados en el tercer trimestre de 1998, a 1,021 millones de pesos en el tercer trimestre de 1999. El incremento en la utilidad neta se debió: (i) al crecimiento de 8.2% de la utilidad de operación consolidada, (ii) a una disminución de 94.0% en el resultado integral de financiamiento consolidado principalmente como consecuencia de la apreciación del peso contra el dólar y (iii) la reducción de 60.7% en otros gastos. El término “resultado integral de financiamiento” se refiere al efecto financiero combinado de (i) gastos o ingresos por intereses netos, (ii) ganancias o pérdidas cambiarias netas, y (iii) ganancias o pérdidas por posición monetaria netas.

En el tercer trimestre de 1999, FEMSA registró un ingreso integral de financiamiento consolidado de 51 millones de pesos, comparado con un costo integral de financiamiento de 854 millones de pesos en el mismo período de 1998. Durante el tercer trimestre de 1999, los gastos financieros netos consolidados disminuyeron 41.0% a 111 millones de pesos comparados con el tercer trimestre de 1998. Esta contracción se atribuyó a (i) la disminución del 33.6% en el gasto financiero como consecuencia de una reducción en el saldo promedio de la deuda total consolidada de la Compañía por aproximadamente 114 millones de dólares durante el tercer trimestre de 1999 comparado con el tercer trimestre de 1998, y el efecto de la apreciación del peso contra el dólar en términos reales de los intereses generados por la deuda denominada en dólares, y (ii) un decremento del 21.6% en los ingresos financieros como resultado de menores tasas de interés sobre las inversiones en pesos, comparadas con el tercer trimestre de 1998. No obstante la apreciación de 0.16% del peso en el tercer trimestre de 1999, comparada con una devaluación de 13.8% en el tercer trimestre de 1998, FEMSA registró una pérdida cambiaria consolidada de 4 millones de pesos reflejando las pérdidas generadas por el vencimiento de los contratos de futuros para la compra de dólares, los cuales sumaron aproximadamente 56 millones en el tercer trimestre. Ver “Resultados Financieros No Auditados para los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1999, comparados con los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998”. La ganancia por posición monetaria ascendió a 64 millones de pesos, reflejando una disminución de 72.2%, principalmente por una menor tasa de inflación en el tercer trimestre de 1999 en comparación con el tercer trimestre de 1998.

FEMSA y sus subsidiarias registraron impuestos sobre la renta, impuestos sobre activos y participación de utilidades a los trabajadores, por 417 millones de pesos, mostrando un incremento de 125.4%, como resultado de (i) el aumento de los ingresos gravables derivados de ganancias operativas y de fluctuación cambiaria y (ii) el efecto de consolidación fiscal, el cual generó un pago adicional de impuestos en FEMSA, reflejando el hecho de que las Compañías Subsidiarias amortizaron pérdidas fiscales de ejercicios anteriores, las cuales ya habían sido amortizadas en el consolidado. La tasa efectiva de impuestos promedio de la Compañía para el tercer trimestre de 1999 fue 29.0%, en comparación con el 41.0% del mismo período de 1998.

La utilidad neta mayoritaria consolidada ascendió a 756 millones de pesos para el tercer trimestre de 1999, comparada con 114 millones de pesos registrados en el tercer trimestre de 1998. La utilidad neta mayoritaria por unidad FEMSA UBD¹ ascendió a 0.708 pesos, comparada con 0.107 pesos para el mismo período del año anterior.

3er. Trimestre	Por Unidad ¹		Por ADR ²	
	Pesos		Dólares ³	
	1999	1998	1999	1998
Util. Neta mayoritaria	0.708	0.107	0.797	0.073
Flujo Bruto de Operación ⁴	2.070	1.916	2.326	1.452

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 30 de septiembre de 1999 fue 1,068,268,090, equivalente al número total de acciones en circulación al 30 de septiembre de 1999, 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 30 de septiembre de 1999, dividido entre 10.

³Para calcular la variación en dólares, las cifras en pesos de 1999 se convirtieron a dólares aplicando el tipo de cambio de compra de medio día (el "tipo de cambio de compra de medio día") del Banco de la Reserva Federal de Nueva York al 30 de septiembre de 1999, de 9.352 pesos por dólar. Las cifras en pesos de 1998, se convirtieron a dólares aplicando el tipo de cambio de compra de medio día al 30 de septiembre de 1998, de 10.196 pesos por dólar.

⁴El 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 6.8% ascendiendo a 3,935 millones de pesos, como resultado de un crecimiento de 2.9% en los embarques totales. Los embarques domésticos de FEMSA Cerveza crecieron 1.8% a 5.689 millones de hectolitros, presentando una tasa de crecimiento por debajo del crecimiento de la industria de 3.1%. La compañía atribuye la baja en el crecimiento con relación al de la industria, a los bajos crecimientos en las regiones del norte del país debido a: (i) condiciones menos favorables de clima prevaecientes en esas regiones en el tercer trimestre de 1999 y (ii) una base alta de comparación debido a mayores crecimientos registrados por las regiones del norte en el tercer trimestre de 1998, con respecto a otras regiones del país.

DATOS SOBRESALIENTES 3er. Trim. 99 vs. 3er. Trim. 98 CAMBIO %	
Volumen Doméstico	1.8
Volumen Exportación	18.0
Volumen total	2.9
Ventas Netas	6.8
Utilidad de Operación	11.5

Las presentaciones de lata de los embarques domésticos continuaron incrementando su contribución en el volumen total, representando el 17.2% en el tercer trimestre de 1999, comparado con 16.4% en el tercer trimestre de 1998.

Los embarques de exportación crecieron 18.0% a 452 mil hectolitros. Los embarques a Norteamérica incluyendo Canadá, aumentaron 27.1% y representaron el 91.0% de los embarques totales de exportación. Aunque la mayor parte del crecimiento en los Estados Unidos ha sido impulsado por XX Lager y Tecate, el lanzamiento de Sol continúa avanzando con resultados muy satisfactorios en el mercado del sur de California, en las principales ciudades de Texas y recientemente en de Denver, Colorado. FEMSA Cerveza también ha fortalecido sus exportaciones a Canadá, apoyado por la red de distribución de Labatt en ese mercado. Sol es la principal marca exportada al mercado canadiense. Los ingresos por exportación crecieron 2.2% a 290 millones de pesos y, en términos de dólares, los ingresos por exportación crecieron 21.3% ascendiendo a 30.7 millones de dólares.

MÁRGENES		
	3er. Trim. 99	3er. Trim. 98
Margen bruto	54.9%	51.0%
Margen de operación	19.8%	19.0%

Utilidad bruta

El costo de ventas de FEMSA Cerveza disminuyó 1.1% a 1,800 millones de pesos y la utilidad bruta registró un crecimiento de 15.1% a 2,161 millones de pesos. El margen bruto creció 3.9 puntos porcentuales, representando el 54.9% de las ventas netas, reflejando (i) una disminución en los costos variables principalmente por el efecto de la apreciación del peso sobre el dólar en los materiales de empaque denominados en dólares y en los granos

importados. (ii) una continua reducción en los costos de flete y, (iii) la mejor absorción de costos fijos como resultado del incremento en el volumen.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación de FEMSA Cerveza aumentaron 16.3% a 1,402 millones de pesos, representando el 35.4% de los ingresos totales, comparados con el 32.6% de los ingresos totales para el mismo período del año anterior. Los gastos de administración aumentaron 11.5% como consecuencia de (i) mayores inversiones en tecnología de información, (ii) un incremento en sueldos y salarios como resultado del proceso para realizar los proyectos encaminados a mejorar las prácticas y procesos del área comercial y (iii) honorarios por consultoría. Los gastos de ventas aumentaron 17.8%, como consecuencia de: (i) una variación por estacionalidad en los gastos del segundo y tercer trimestre de 1999 comparados con los mismos períodos del año anterior, donde estos gastos se concentraron principalmente en el segundo trimestre de 1998, (ii) mayores gastos de mercadotecnia y publicidad por el reciente lanzamiento de campañas de televisión para dos de las marcas más importantes y (iii) el incremento de los gastos comerciales relacionados con los esfuerzos de FEMSA Cerveza en la creación de valor de marca, y la continua expansión de la cobertura de los detallistas, así como mayores inversiones en los patrocinios nacionales. La utilidad de operación de FEMSA Cerveza, después de la participación en los resultados de Labatt USA y antes de la deducción del pago de servicios corporativos pagados a Emprex y a Labatt, aumentó 11.5% a 784 millones de pesos. El margen de operación de FEMSA Cerveza antes del pago de servicios corporativos alcanzó un 19.8%, comparado con el 19.0% registrado para el mismo período del año anterior.

Coca-Cola FEMSA

Ventas Netas

Coca-Cola FEMSA registró un crecimiento en sus ventas netas de 3.0% a 3,362 millones de pesos. El crecimiento de las ventas netas se debió principalmente al crecimiento del volumen en los territorios combinados de México y de Buenos Aires, así como a un ligero incremento en el precio promedio unitario en México. El crecimiento de ventas netas para los territorios mexicanos fue de 7.0% a 2,533 millones de pesos, reflejando un crecimiento de 5.5% en el volumen y un ligero incremento en el precio promedio unitario, como consecuencia de los aumentos de precios efectuados en los territorios mexicanos durante el tercer trimestre. No obstante el crecimiento de 2.1% del volumen en el territorio de Buenos Aires, las ventas netas disminuyeron 7.6% a 829 millones de pesos en ese territorio, reflejando una disminución en el precio promedio unitario de 9.9% en pesos Argentinos.

CAMBIO % VOLUMEN	
3er. Trim. 99 vs. 3er. Trim. 98	
	Total
Valle de México	5.5
Sureste México	2.4
Buenos Aires (incluyendo el área de Pilar)	2.1

Utilidad Bruta

El costo de ventas de Coca-Cola FEMSA disminuyó 0.1% a 1,783 millones de pesos, mostrando un incremento en el margen bruto de 1.4 puntos porcentuales, al representar el 47.3% de las ventas netas. Las operaciones en México registraron un incremento en el margen bruto, a pesar de la mayor contribución al volumen de las presentaciones no-retornables, reflejando el efecto de la apreciación del peso sobre el dólar en los costos de los materiales de empaque denominados en dólares, así como costos unitarios más bajos en ciertas materias primas. Las operaciones de Buenos Aires también registraron un incremento en el margen bruto principalmente reflejando el ahorro en el costo de algunas materias primas y el mejor aprovechamiento de los activos. Durante el tercer trimestre de 1999, Coca-Cola FEMSA México reclasificó al costo de ventas, gastos por concepto de bajas de activos fijos. Antes de septiembre de 1999, los gastos por este concepto se registraban como otros gastos, después de los resultados de operación. Los montos correspondientes al primer y segundo trimestre de 1999, fueron reclasificados de forma retroactiva en los resultados de operación. El monto registrado por bajas de activos en el tercer trimestre de 1999, fue 12.1 millones de pesos y acumulado a septiembre de 1999, fue de 46.3 millones de pesos. Aunque la reclasificación disminuye la utilidad de operación, es un cargo virtual, por lo que no afecta el flujo bruto de operación ni la utilidad neta de Coca-Cola FEMSA.

MÁRGENES		
	3er. Trim. 99	3er. Trim. 98
Margen bruto	47.3%	45.9%
Margen de operación	13.7%	13.5%

Utilidad de operación

Los gastos de operación aumentaron 7.4% a 1,102 millones de pesos. Como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de operación aumentaron 1.4 puntos porcentuales a 32.6%. El incremento en los gastos de operación es resultado del incremento en los gastos administrativos registrados en ambos territorios, México y Buenos Aires, reflejando la continua implementación de sistemas de tecnología de información en todas las operaciones de la compañía. Los gastos de venta se incrementaron 0.1 puntos porcentuales a 25% de los ingresos totales, comparados con el tercer trimestre de 1998. La utilidad de operación después de la amortización del crédito mercantil creció 4.3% a 461 millones de pesos. El margen de operación de Coca-Cola FEMSA se incrementó 0.2 puntos porcentuales, ascendiendo a 13.7% de los ingresos totales.

El plan estratégico de la Compañía considera la posibilidad de adquirir territorios adicionales donde puedan existir oportunidades, siempre y cuando cumplan con los objetivos de negocio y financieros de la Compañía. Considerando lo anterior, Coca-Cola FEMSA actualmente está evaluando el potencial de varios territorios en América Latina. De estos territorios potenciales, la administración sólo está considerando una adquisición en Argentina. La Compañía no puede garantizar que alguna de estas oportunidades de como resultado una transacción de adquisición.

FEMSA Empaques

Ventas Netas

Las ventas netas de FEMSA Empaques registraron una disminución de 7.8% a 1,572 millones de pesos para el tercer trimestre. El volumen de ventas de latas para bebidas y hermetapas se incrementó 7.2% y 14.6%, respectivamente. Sin embargo, la apreciación del peso contra el dólar impactó negativamente el crecimiento de las ventas netas para esos productos. Adicionalmente, el decremento en el volumen de botellas de vidrio contribuyó a la disminución de las ventas netas registrada en el trimestre. Los ingresos por exportación crecieron 8.5% a 131 millones de pesos y representaron el 8.3% de las ventas netas. En términos de dólares, los ingresos por exportación se incrementaron 29.0% a 13.8 millones. Estos ingresos excluyen los ingresos por la venta de desperdicio de aluminio, los cuales ascendieron a 3.5 millones de dólares en el tercer trimestre de 1999 comparados con 1.6 millones de dólares en el mismo período de 1998.

CAMBIO % VOLUMENES	
3er. Trim. 99 vs. 3er. Trim. 98	
Latas de bebidas	7.2
Hermetapas	14.6
Botellas de vidrio	(20.8)
Refrigeradores	(33.3)

Utilidad bruta

El costo de ventas de FEMSA Empaques disminuyó 8.8% a 1,162 millones de pesos, reflejando (i) el efecto de la apreciación del peso contra el dólar en los costos denominados en dólares (ii) la implementación de programas de eficiencia, así como de reducción de costos y desperdicio para mejorar la rentabilidad. La utilidad bruta disminuyó 5.5% a 415 millones de pesos y el margen bruto creció en 0.6 puntos porcentuales, llegando a 26.4% de las ventas netas.

MÁRGENES		
	3er. Trim. 99	3er. Trim. 98
Margen bruto	26.4%	25.8%
Margen de operación	17.5%	17.2%

Utilidad de Operación

Los gastos de operación se contrajeron 3.1% a 140 millones de pesos y representaron el 8.8% como porcentaje de las ventas totales, comparados con el 8.4% del mismo período del año anterior, como resultado de una mayor disminución en los ingresos totales con relación al decremento en los gastos de

operación. La utilidad de operación antes del pago de servicios corporativos disminuyó 6.6% a 276 millones de pesos y el margen de operación de FEMSA Empaques aumentó ligeramente a 17.5% del 17.2% registrado en el tercer trimestre de 1998. El margen de operación para los productos cuyos precios están denominados en dólares, como es el caso de las latas para bebidas y las hermetapas, tiende a contraerse cuando el peso se aprecia en términos reales y a incrementarse cuando el peso se deprecia en términos reales, debido a que la estructura de costos y gastos para estos productos, con excepción de las materias primas, están denominados en pesos.

FEMSA Empaques ha iniciado un proceso para desinvertir su operación de cartón, dado que el cartón es considerado un producto no estratégico para las operaciones de bebidas de la Compañía y que la industria mexicana del cartón es competitiva, tanto en precios como en calidad. La Compañía espera terminar esta transacción durante el primer trimestre del 2000 y los ingresos provenientes de esta operación serán utilizados para reducir la deuda de FEMSA Empaques.

FEMSA Comercio

Ventas Netas

Las ventas netas de FEMSA Comercio crecieron 17.6% a 1,388 millones de pesos. El crecimiento de las ventas se atribuyó a (i) un incremento del 20.6% en el número total de tiendas, de 928 al 30 de septiembre de 1998 a 1,119 al 30 de septiembre de 1999, (ii) el crecimiento en ventas de productos de alta frecuencia observado a través del trimestre, y (iii) un crecimiento del 4.8% en las ventas de tiendas maduras comparativas. Durante el tercer trimestre de 1999, iniciaron operaciones un total de 70 nuevas tiendas, en comparación con 23 del tercer trimestre de 1998. El tráfico mensual promedio por tienda aumentó 1.6% y la venta promedio por cliente aumentó 3.1%, ascendiendo a 17.5 pesos.

DATOS SOBRESALIENTES 3er. Trim. 99 vs. 3er. Trim. 98 CRECIMIENTO	
Total tiendas	1,119
Ventas netas	17.6%
Ventas tiendas maduras comparativas	4.8%
Utilidad de operación	54.9%

Utilidad bruta

FEMSA Comercio registró una utilidad bruta de 356 millones de pesos, 21.0% mayor a la del tercer trimestre de 1998. El margen bruto se incrementó 0.7 puntos porcentuales, al representar el 25.7% de las ventas netas, reflejando (i) economías de escala realizadas a través de un mayor volumen de compras y (ii) mejor eficiencia y absorción de costos fijos como resultado del crecimiento de ingresos.

MÁRGENES		
	3er. Trim. 99	3er. Trim. 98
Margen bruto	25.7%	25.0%
Margen de operación	5.0%	3.8%

Utilidad de Operación

Los gastos de operación aumentaron 14.9% a 287 millones de pesos y disminuyeron a 20.7% como porcentaje de las ventas totales, comparados con el 21.2% registrado en el tercer trimestre de 1998. El agresivo crecimiento registrado en número de tiendas durante el tercer trimestre se ha traducido en un importante crecimiento del margen de operación como resultado de: (i) el crecimiento de la utilidad bruta y (ii) el decremento los gastos promedio de operación por tienda. FEMSA Comercio registró una utilidad de operación antes del pago por servicios corporativos de 69 millones de pesos en el tercer trimestre de 1999, 54.9% mayor a la del tercer trimestre de 1998. El margen de operación de FEMSA Comercio aumentó 1.2 puntos porcentuales al llegar a 5.0% de los ingresos totales.

Resultados Financieros No Auditados para los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1999, comparados con los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998.

FEMSA Consolidado

Ingresos Totales/Ventas Netas

Los ingresos totales de FEMSA crecieron 4.5% a 27,252 millones de pesos y las ventas netas consolidadas aumentaron 4.8% a 27,178 millones de pesos. El crecimiento de las ventas netas para los nueve meses de 1999 fue impulsado principalmente por el crecimiento de volumen y mejores precios experimentados por FEMSA Cerveza y Coca-Cola FEMSA en México, y a la agresiva expansión en el número de tiendas, aunada al crecimiento de 7.3% de las ventas de tiendas maduras comparativas en el caso de FEMSA Comercio. FEMSA Empaques, por su parte, ha obtenido bajos crecimientos o disminuciones de volúmenes en algunos de sus principales productos, así como menores ingresos en pesos por sus productos denominados en dólares, lo cual ha impactado negativamente las ventas netas de FEMSA Empaques y consecuentemente, el crecimiento de las ventas netas consolidadas de FEMSA.

CAMBIO % VENTAS NETAS	
Nueve meses terminados en septiembre 99 vs. 98	
FEMSA Consolidado	4.8
FEMSA Cerveza	5.9
Coca-Cola FEMSA	5.7
FEMSA Empaques	(4.7)
FEMSA Comercio	17.8

Utilidad Bruta

La utilidad bruta consolidada de FEMSA aumentó 10.2% a 13,083 millones de pesos, lo que representó un margen bruto consolidado a ventas netas de 48.1%, 2.3 puntos porcentuales más que en el mismo período del año anterior. La expansión en el margen bruto consolidado refleja (i) menores costos variables como resultado de la reducción de los precios en algunas de las principales materias primas de FEMSA, (ii) las continuas eficiencias productivas y economías de escala logradas principalmente en las subsidiarias de bebidas, y (iii) el efecto de la apreciación del peso contra el dólar durante los últimos doce meses, en los costos denominados en dólares. La apreciación del peso contra el dólar para los últimos doce meses fue de 8.2%, comparada con una tasa inflacionaria de 15.8% en el mismo período.

CAMBIO % EN UTILIDAD DE OPERACIÓN	
Antes del pago de servicios corporativos	
Nueve meses terminados en septiembre 99 vs. 98	
FEMSA Consolidado	8.4
FEMSA Cerveza	12.8
Coca-Cola FEMSA	11.2
FEMSA Empaques	(8.0)
FEMSA Comercio	58.9

Utilidad de Operación

Los gastos de operación consolidados de FEMSA incluyendo la amortización de crédito mercantil, aumentaron 10.7%, los cuales ascendieron a 9,020 millones de pesos. Como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de operación aumentaron 1.8 puntos porcentuales a 33.1%. Algunas de las subsidiarias de FEMSA pagan servicios corporativos, los cuales se eliminan en la consolidación y por lo tanto no tienen efecto en los gastos de operación consolidados de FEMSA, con excepción de los servicios corporativos pagados por FEMSA Cerveza a Labatt, los cuales ascendieron a 65 millones de pesos en los nueve meses de 1999.

La utilidad de operación consolidada de FEMSA (después de la participación en los resultados de compañías asociadas) aumentó 8.4% a 4,090 millones de pesos, impulsada por un incremento en la rentabilidad de todas las subsidiarias de FEMSA con excepción de FEMSA Empaques, y el margen de operación consolidado de FEMSA aumentó 0.5 puntos porcentuales llegando a 15.0% de los ingresos totales.

Utilidad Neta

La utilidad neta consolidada de FEMSA aumentó 177.5%, ascendiendo a 2,800 millones de pesos a septiembre de 1999. El crecimiento de la utilidad neta fue impulsado por (i) el incremento de 8.4% en la utilidad de operación consolidada, y (ii) la disminución de 110.2% en el resultado integral de financiamiento consolidado, como consecuencia de la reducción del gasto financiero neto y la ganancia cambiaria registrada como resultado de la apreciación del peso contra el dólar durante los nueve meses de 1999, y (iii) una disminución de 69.2% en otros gastos.

A septiembre de 1999, FEMSA registró un ingreso integral de financiamiento consolidado por 185 millones de pesos, comparado con un costo integral de financiamiento de 1,811 millones de pesos en el mismo período de 1998. Durante los nueve meses de 1999, los gastos financieros netos consolidados disminuyeron 40.2%, comparados con los nueve meses de 1998, ascendiendo a 396 millones de pesos. Esta contracción se atribuyó a (i) la disminución del 23.3% del gasto por intereses reflejando (a) una reducción en el saldo promedio de la deuda total de la Compañía por aproximadamente 136 millones de dólares durante los primeros nueve meses de 1999, comparado con los primeros nueve meses de 1998, y (b) al efecto de la apreciación del peso contra el dólar en términos reales sobre los pagos de intereses de la deuda denominada en dólares, y (ii) al incremento de 20.9% en los ingresos financieros como consecuencia de mayores tasas de interés sobre las inversiones en pesos, comparadas con los primeros nueve meses de 1998. Como resultado de la apreciación del peso de 5.5% en los primeros nueve meses de 1999, comparada con una depreciación de 22.9% en los primeros nueve meses de 1998, FEMSA registró una ganancia cambiaria consolidada de 278 millones de pesos, comparada con una pérdida cambiaria consolidada por 1,802 millones de pesos registrada en los nueve meses de 1998. La ganancia cambiaria fue ligeramente disminuida por la pérdida cambiaria de aproximadamente 95 millones de pesos, registrada en los primeros nueve meses de 1999, como consecuencia de pérdidas generadas por los contratos de futuros para compra de dólares. Hasta el 30 de septiembre de 1999, la Compañía había contratado futuros por 598 millones de dólares con el objetivo de asegurar la cobertura de requerimientos operativos y financieros en dólares de la compañía. Aproximadamente 123 millones de dólares vencerán durante el cuarto trimestre de 1999 con una tasa de cambio promedio ponderada de 10.162 pesos por dólar. Los 475 millones restantes vencerán durante el año 2000 y tendrán una tasa de cambio promedio ponderada de 10.9470 pesos por dólar. La ganancia por posición monetaria ascendió a 303 millones de pesos, 53.6% inferior, debido principalmente a la menor tasa de inflación presentada en los nueve meses de 1999 en comparación con el mismo período de 1998.

FEMSA y sus subsidiarias registraron impuestos sobre la renta, impuestos sobre activos y participación de utilidades a los trabajadores por 1,384 millones de pesos, lo que representó un incremento de 110.3%. Este incremento fue consecuencia de: (i) el aumento en los ingresos gravables, principalmente como resultado del crecimiento en la utilidad de operación y de la ganancia registrada en el resultado integral de financiamiento y (ii) el efecto de la consolidación fiscal que ha generado un pago adicional de impuestos por FEMSA, reflejando el hecho de que las compañías subsidiarias amortizaron pérdidas fiscales de ejercicios anteriores, mismas que ya habían sido amortizadas en la consolidación fiscal. Adicionalmente, la provisión de impuestos al 30 de septiembre de 1999, incluye un crédito por concepto de recuperación de impuesto al activo pagado en ejercicios anteriores en exceso de impuesto sobre la renta, generada dicha recuperación por el cambio de tenencia accionaria a raíz de la restructuración accionaria VISA-FEMSA. El monto total de este concepto asciende a aproximadamente \$300 millones de pesos, de los cuales al 30 de septiembre de 1999 la provisión de impuestos incluye un acreditamiento de \$265 millones de pesos. El procedimiento está sustentado sobre bases legales.

Sin embargo, hasta la fecha la Compañía no cuenta con una confirmación de criterio por escrito de las autoridades correspondientes con respecto al criterio seguido. La Administración confía que esta confirmación se obtenga en los próximos meses. La tasa impositiva promedio de la Compañía para los nueve meses de 1999 fue 33.1%, comparada con una tasa impositiva promedio de 39.5% para el mismo período de 1998

La utilidad neta mayoritaria consolidada ascendió a 2,123 millones de pesos para los nueve meses de 1999, comparada con 457 millones de pesos registrados en los nueve meses de 1998. La utilidad neta mayoritaria por unidad FEMSA UBD¹ ascendió a 1.987 pesos, comparada con 0.428 pesos para el mismo período del año anterior.

Nueve meses	Por Unidad ¹		Por ADR ²	
	Pesos		Dólares ³	
	1999	1998	1999	1998
Util. Neta mayoritaria	1.987	0.428	2.125	0.371
Flujo Bruto de Operación ⁴	5.811	5.292	6.214	4.608

El importante incremento en la utilidad neta mayoritaria se atribuye a (i) el aumento de 177.5% en la utilidad neta consolidada, y (ii) al hecho de que, como consecuencia de la Oferta de Intercambio implementada durante 1998, la utilidad neta de FEMSA desde mayo 11 de 1998, incluye como participación mayoritaria el 49% de Emprex, el cual representaba una participación minoritaria en los resultados consolidados de la Compañía.

La Administración considera que el incremento en la utilidad neta de FEMSA en los nueve meses de 1999 se debió en gran parte a la apreciación del peso contra el dólar durante ese período y que una futura depreciación del peso de una magnitud similar, podría tener el correspondiente efecto negativo en la utilidad neta de FEMSA.

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 30 de septiembre de 1999 fue 1,068,268,090, equivalente al número total de acciones en circulación al 30 de septiembre de 1999, 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 30 de septiembre de 1999, dividido entre 10.

³Para calcular la variación en dólares, las cifras en pesos de 1999 se convirtieron a dólares aplicando el tipo de cambio de compra de medio día (el "tipo de cambio de compra de medio día") del Banco de la Reserva Federal de Nueva York al 30 de septiembre de 1999, de 9.352 pesos por dólar. Las cifras en pesos de 1998, se convirtieron a dólares aplicando el tipo de cambio de compra de medio día al 30 de septiembre de 1998, de 10.196 pesos por dólar.

⁴El 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 5.9% a 11,126 millones de pesos, como resultado (i) del incremento de 3.8% en los embarques totales (ii) el incremento en el precio doméstico de la cerveza realizado el 1ero. de enero de 1999 y (iii) una mayor proporción de las presentaciones de lata en los embarques domésticos. Los embarques domésticos de FEMSA Cerveza crecieron 3.1% a 16.361 millones de hectolitros, ligeramente por debajo del crecimiento de 3.8% de la industria, principalmente como resultado de un bajo incremento registrado en la regiones del norte del país, donde las ventas de FEMSA Cerveza alcanzaron aproximadamente 56% de su volumen doméstico total. El crecimiento de la industria doméstica se atribuyó a (i) un mejor desempeño económico de lo esperado (ii) actividades promocionales continuas de los participantes de la industria, que provocan crecimiento de volumen.

DATOS SOBRESALIENTES	
Nueve meses 99 vs. Nueve meses 98	
CAMBIO %	
Volumen Doméstico	3.1
Volumen Exportación	15.2
Volumen total	3.8
Ventas Netas	5.9
Utilidad de Operación	12.8

Los embarques de Sol, XX Lager y Tecate aumentaron 18.7%, 3.2% y 2.4%, respectivamente. Otras marcas tales como Bohemia, Tecate Light e Indio también registraron tasas de crecimiento de aproximadamente 11% durante los primeros nueve meses, aunque ellas representan un pequeño porcentaje de los embarques domésticos totales de FEMSA Cerveza. Los embarques de exportación crecieron 15.2%, ascendiendo a 1,192 mil hectolitros. Los embarques a Norteamérica incluyendo Canadá, aumentaron 35.7% y representaron el 89.4% de los embarques totales de exportación. En el mercado de Estados Unidos el volumen de ventas de Tecate aumentó 19.0%, Sol 102.3% y XX Lager 27.5%. Los embarques a Asia crecieron 35.7% en los nueve meses de 1999, representando el 3.1% de los embarques totales de exportación. Los ingresos por exportación aumentaron 4.6% a 780 millones de pesos y en términos de dólares, los ingresos de exportación crecieron 16.6%, al ascender a 80.2 millones de dólares.

Utilidad bruta

MÁRGENES		
Nueve meses terminados en septiembre 30	1999	1998
Margen bruto	54.1%	51.0%
Margen de operación	18.4%	17.3%

El costo de ventas de FEMSA Cerveza disminuyó ligeramente 0.1%, ascendiendo a 5,189 millones de pesos y la utilidad bruta registró un crecimiento de 12.3% al llegar a 6,015 millones de pesos. Como resultado de la menor tasa de crecimiento del costo de ventas con relación a las ventas netas, el margen bruto aumentó 3.1 puntos porcentuales, representando el 54.1% de las ventas netas, debido a: (i) una disminución en términos reales de los costos variables de aproximadamente 1.0% como resultado

del incremento en eficiencias en la elaboración y empaque, así como al efecto de apreciación del peso contra el dólar en las materias primas denominadas en dólares, (ii) una reducción en los costos de flete de 6.5% y (iii) la mayor absorción de costos fijos.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación de FEMSA Cerveza aumentaron 11.2% llegando a 3,981 millones de pesos y representaron el 35.5% de los ingresos totales, comparados con el 33.9% para el mismo período del año anterior.

El incremento en los gastos de operación se debe principalmente a (i) la intensificación de actividades relacionadas con la oferta y demanda del producto en respuesta al ambiente competitivo prevaleciente en el mercado doméstico, (ii) un programa de incentivos de largo plazo más agresivo para el personal de la Compañía, incluyendo a la fuerza de ventas, y (iii) a los continuos esfuerzos para incrementar el conocimiento de marca en el mercado doméstico y de exportación. La utilidad de operación de FEMSA Cerveza, después de la participación en los resultados de Labatt USA y antes de la deducción del pago de servicios corporativos pagados a Emprex y a Labatt, aumentó 12.8%, ascendiendo a 2,062 millones de pesos. El margen de operación de FEMSA Cerveza antes del pago de servicios corporativos creció 1.1 puntos porcentuales al representar el 18.4% de los ingresos totales.

Coca-Cola FEMSA

Ventas Netas

Las ventas netas de Coca-Cola FEMSA registraron un crecimiento del 5.7% a 10,016 millones de pesos. El crecimiento de las ventas netas de debe principalmente al crecimiento del volumen en los territorios mexicanos y de Buenos Aires y un mejor precio promedio por caja unidad en México, reflejando el efecto acumulado de los incrementos de precio efectuados en los territorios mexicanos durante los primeros nueve meses del año. Coca-Cola FEMSA registró un crecimiento de volumen de 4.7% en los territorios mexicanos combinados y de 8.1% en el territorio de Buenos Aires, incluyendo el área de Pilar adquirida en 1998. Los precios reales promedio para los productos de Coca-Cola FEMSA en México aumentaron 2.1% y las ventas netas crecieron 6.9%. En el territorio de Buenos Aires, el precio real promedio disminuyó 5.5% como resultado de la intensificación de las actividades competitivas observadas durante los últimos dos trimestres, impactando el crecimiento de las ventas netas.

CAMBIO % VOLUMEN	
Nueve meses terminados en septiembre 99 vs. 98	
	Total
Valle de México	5.2
Sureste México	3.2
Buenos Aires (incluye el área de Pilar)	8.1

MÁRGENES		
Nueve meses terminados en septiembre 30	1999	1998
Margen bruto	46.5%	45.0%
Margen de operación	13.1%	12.4%

Utilidad Bruta

El costo de ventas de Coca-Cola FEMSA creció 1.8% a 5,389 millones de pesos y se registró un incremento en el margen bruto de 1.5 puntos porcentuales, representando el 46.5% de las ventas netas. Más del 70% del incremento de la utilidad bruta se atribuyó a las operaciones mexicanas, reflejando un fuerte crecimiento de ingresos en estos territorios, así como al efecto de apreciación del peso contra el dólar en los costos denominados en dólares. La expansión del margen bruto registrada en las operaciones de Buenos Aires, a pesar del bajo crecimiento de ingresos reflejó (i) una mejor palanca operativa como resultado del volumen

adicional del área de Pilar, (ii) la disminución de los costos de ciertos materiales de empaque y materias primas, (iii) la continua disminución en costos fijos, y (iv) la reducción de precios en los productos comprados a Complejo Industrial CAN, S.A. ("CICAN") en Argentina, que resultó en menores costos para Coca-Cola FEMSA, y menores utilidades reconocidas por su participación del 48.1% en CICAN. Durante el tercer trimestre de 1999, Coca-Cola FEMSA México reclasificó al costo de ventas, los gastos por concepto de bajas de activos fijos. Antes de septiembre de 1999, los gastos por este concepto se registraban como otros gastos, después de los resultados de operación.

Los montos correspondientes al primer y segundo trimestre de 1999, fueron reclasificados de forma retroactiva en los resultados de operación. El monto registrado por bajas de activos en el tercer trimestre de 1999 fue de 12.1 millones de pesos y acumulado a septiembre de 1999, fue de 46.3 millones de pesos. Aunque la reclasificación disminuye la utilidad de operación, es un cargo virtual, por lo que no afecta el flujo bruto de operación ni la utilidad neta de Coca-Cola FEMSA.

Utilidad de operación

Los gastos de operación aumentaron 9.0% a 3,250 millones de pesos. Como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de operación aumentaron 1.2 puntos porcentuales a 32.4%. El incremento en los gastos de operación es principalmente resultado de (i) la continua implementación de sistemas de tecnología de información en las operaciones de Coca-Cola FEMSA y consecuentemente, mayores inversiones en capital humano y (ii) mayores gastos de venta relacionados con la adquisición del área de Pilar. No obstante el incremento en los gastos de operación, la utilidad de operación después de la amortización del crédito mercantil creció 11.2%, ascendiendo a 1,320 millones de pesos, como resultado de: (i) un incremento de 45.2% en la utilidad de operación de Argentina, y (ii) el crecimiento de 6.8% en la utilidad de operación de México. El margen de operación de Coca-Cola FEMSA creció 0.7 puntos porcentuales, al llegar a 13.1% de los ingresos totales.

FEMSA Empaques

Ventas Netas

Las ventas netas de FEMSA Empaques registraron una disminución de 4.7%, las cuales fueron 4,711 millones de pesos, a pesar de los crecimientos en volúmenes registrados por lata bebidas, hermetapas, cartón y etiquetas. La disminución en las ventas netas registrada por FEMSA Empaques para los primeros nueve meses de 1999 se atribuye principalmente a (i) al efecto negativo de la apreciación del peso en las ventas registradas para productos de empaque denominados en dólares, tales como latas de bebidas y hermetapas y (ii) la reducción en los volúmenes de botellas de vidrio y refrigeradores. El rápido cambio en la mezcla de presentaciones de la industria de refrescos hacia

CAMBIO % VOLUMENES	
Nueve meses terminados en septiembre 99 vs. 98	
Latas de bebidas	5.7
Hermetapas	18.6
Botellas de vidrio	(16.8)
Refrigeradores	(31.4)

las presentaciones PET, ha impactado a FEMSA Empaques como sigue (i) sustancialmente menores compras de botellas de vidrio por parte de Coca-Cola FEMSA, por lo cual FEMSA Empaques continúa capturando clientes terceros, aunque el efecto neto al 30 de septiembre de 1999 continúa siendo negativo; (ii) consecuentemente, menor demanda de hermetapas, la cual FEMSA Empaques ha compensado al exportar hermetapas a los Estados Unidos, Canadá y otros países en Latinoamérica; (iii) una disminución de la demanda de latas de bebidas para refrescos, reflejando la competencia del tamaño personal en presentaciones PET no-retornables con las presentaciones de latas. La demanda de la industria doméstica de latas de bebidas ha disminuido aproximadamente 18%, mientras que los volúmenes de venta de latas de bebidas de FEMSA Empaques han crecido 18.5%, compensando las menores compras de Coca-Cola FEMSA con mayores ventas a Industria Envasadora de Querétaro, S.A. de C.V. ("IEQSA"). El volumen de latas de bebidas para refrescos, cerveza y jugos de FEMSA Empaques aumentó 10.9% durante los primeros nueve meses de 1999, incluyendo las ventas a FEMSA Cerveza y clientes externos en el mercado doméstico.

Estas tendencias han impactado los volúmenes de venta de FEMSA Empaques durante los primeros nueve meses de 1999, aunado al hecho de que los productos metálicos están denominados en dólares, resultando todo lo anterior en una disminución de las ventas netas de FEMSA Empaques para los primeros nueve meses de 1999. Los volúmenes de la industria doméstica de refrigeración también han sufrido una importante disminución como consecuencia de la restricción de los presupuestos de inversiones de capital de las compañías de bebidas en general, comparados con los presupuestos de 1998. Los ingresos por exportación disminuyeron 10.2% a 379 millones de pesos y representaron el 8.0% de las ventas netas. En términos de dólares, los ingresos por exportación disminuyeron 1.3% a 38.6 millones de dólares. La disminución de los ingresos de exportación se atribuye principalmente a la reducción de los volúmenes de exportación de latas de bebidas y tapas de lata, lo cual es consecuencia de (i) la decisión de FEMSA Empaques de dar prioridad a sus clientes domésticos y (ii) una mayor competencia en los mercados a los cuales FEMSA Empaques exporta, lo cual hace a las exportaciones menos atractivas, dado el alto costo del flete incurrido al transportar latas de bebidas. Los ingresos de exportación excluyen las ventas de desperdicio de aluminio, las cuales ascendieron a 14.5 millones de dólares en 1999, comparadas con 10.2 millones de dólares del mismo período de 1998.

Utilidad bruta

El costo de ventas de FEMSA Empaques disminuyó 4.3% a 3,547 millones de pesos, y el margen bruto disminuyó 0.5 puntos porcentuales representando el 25.0% de las ventas netas. La utilidad bruta disminuyó 6.4% reflejando (i) una disminución de las ventas netas, (ii) un decremento en el margen bruto en las operaciones de lata para bebidas y hermetapas como resultado de la apreciación del peso contra el dólar y

MÁRGENES		
Nueve meses terminados en septiembre 30	1999	1998
Margen bruto	25.0%	25.5%
Margen de operación	16.1%	16.7%

(iii) una menor absorción de los costos fijos como resultado de las reducciones en los volúmenes de ciertos productos, en particular botellas de vidrio. FEMSA Empaques ha compensado parcialmente estas disminuciones en ventas netas con medidas de reducción de costos, las cuales han mitigado el impacto de la reducción del margen bruto.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación disminuyeron 3.4%, al llegar a 418 millones de pesos y crecieron 0.1 puntos porcentuales de los ingresos totales comparados con el mismo período del año anterior, representando el 8.8%. La utilidad de operación antes del pago de servicios corporativos disminuyó 8.0% a 762 millones de pesos, debido principalmente la disminución de las ventas netas y de la utilidad bruta.

FEMSA Comercio

Ventas Netas

Las ventas netas de FEMSA Comercio crecieron 17.8%, ascendiendo a 3,936 millones de pesos. El crecimiento de las ventas se atribuyó a (i) un incremento del 20.6% en el número total de tiendas, las cuales aumentaron de 928 a septiembre 30 de 1998, a 1,119 al 30 de septiembre de 1999, y (ii) un crecimiento de 7.3% en las ventas de tiendas maduras comparativas.

DATOS SOBRESALIENTES	
Nueve meses terminados en septiembre 99 vs. 98	
CRECIMIENTO	
Total tiendas	1,119
Ventas netas	17.8%
Ventas tiendas maduras comparativas	7.3%
Utilidad de operación	58.9%

Durante los primeros nueve meses de 1999 iniciaron operaciones 119 nuevas tiendas, comparadas con 51 nuevas tiendas que iniciaron operaciones durante los primeros nueve meses de 1998. La tasa de crecimiento de las ventas de tiendas maduras comparativas registró una baja en comparación con el crecimiento acumulado para los seis primeros meses de 1999, pero continúa substancialmente por encima de porcentaje de crecimiento registrado por los supermercados y otras cadenas de conveniencia. FEMSA Comercio atribuye las fuertes ventas de tiendas maduras comparativas principalmente a (i) el fuerte consumo de productos de alta frecuencia, particularmente bebidas, observado durante los primeros nueve meses de este año y (ii) tiendas recientemente abiertas en la región noroeste del país, las cuales han alcanzado su estado de madurez más rápido que lo esperado, con ventas promedio mayores al promedio de ventas de tiendas maduras comparativas de la cadena. El tráfico mensual promedio por tienda aumentó 3.0% y la venta promedio por cliente aumentó 4.1%, llegando a 17.6 pesos. La administración del negocio considera que el incremento en el tráfico por tienda se debe en parte a (i) la estrategia de FEMSA Comercio de marcar los precios de productos de alta frecuencia competitivamente, con relación al mercado, y (ii) fuertes campañas promocionales de artículos tipo “gancho” diseñadas para atraer tráfico.

MÁRGENES		
Nueve meses terminados en septiembre 30	1999	1998
Margen bruto	24.9%	24.4%
Margen de operación	4.2%	3.1%

bruta.

Utilidad bruta

FEMSA Comercio registró una utilidad bruta de 981 millones de pesos, 20.4% mayor a la de los nueve meses de 1998. El margen bruto aumentó ligeramente en 0.5 puntos porcentuales, representando el 24.9% de las ventas netas. La agresiva expansión en el número de tiendas tiene como resultado (i) un incremento de las economías de escala, así como un mayor poder de compra con los proveedores y (ii) una mayor absorción de costos fijos, lo cual permitió un crecimiento en la utilidad

Utilidad de Operación

Los gastos de operación aumentaron 14.7% a 815 millones de pesos, sin embargo disminuyeron como porcentaje de los ingresos totales de 21.3% en los primeros nueve meses de 1998, a 20.7% en el mismo período de 1999. El incremento de los gastos de operación se debe principalmente a (i) un aumento en el número total de tiendas, y (ii) una infraestructura corporativa ligeramente mayor como consecuencia del importante crecimiento en el tamaño de la cadena. El gasto promedio por tienda continúa disminuyendo, reflejando eficiencias en la administración de las tiendas y en los procesos operativos de la cadena comercial. FEMSA Comercio registró una utilidad de operación antes del pago por servicios corporativos de 166 millones de pesos en los nueve meses de 1999, 58.9% mayor a la de los nueve meses de 1998. El margen de operación de FEMSA Comercio antes del pago de servicios corporativos aumentó 1.1 puntos porcentuales representando el 4.2% de los ingresos totales.

Año 2000

Antecedentes

En 1996, la Compañía inició un análisis de los sistemas de información operativa, financiera y administrativa, para determinar su exposición a problemas potenciales relacionados con el año 2000 (el “problema A2M”). En junio de 1997, la Compañía estableció un Comité A2M, integrado por los responsables de las áreas de Sistemas de Información de cada una de las subsidiarias de FEMSA, con el objetivo de formular e implementar una metodología común entre todas las subsidiarias de FEMSA para (i) coordinar los esfuerzos y evitar redundancia, (ii) crear sinergias, y (iii) definir un programa de respuesta al problema A2M (el “Proyecto A2M”) para identificar Todos los equipos y programas que necesitaban modificación, mejoras ó sustitución para evitar cualquier posible interrupción de las operaciones de la Compañía con relación al problema A2M.

Subsecuentemente, en enero de 1998, el Comité de Auditoría del Consejo de Administración de la Compañía asignó la responsabilidad de auditar y supervisar el Proyecto A2M al área de Auditoría Interna de la Compañía, con los siguientes objetivos: (1) mantener al Consejo de Administración informado del progreso logrado para resolver el problema A2M; (2) evaluar las medidas diseñadas por el Comité A2M; (3) efectuar las diferentes fases del Proyecto A2M y evaluar los resultados obtenidos, y (4) estimar el costo total del Proyecto A2M en cada compañía subsidiaria. El Comité de Auditoría del Consejo de Administración se ha reunido cinco veces con el Area de Auditoría Interna para revisar el estatus del Proyecto A2M, la más reciente fue hecha el 20 de julio de 1999. El Comité de Auditoría, subsecuentemente, informará al Consejo de Administración de los avances del Proyecto A2M. Adicionalmente el Director General de FEMSA asignó la responsabilidad del cumplimiento del proyecto A2M a los Directores Generales de cada una de las subsidiarias de FEMSA.

Descripción de la Metodología

Desde mediados de 1997, el Comité A2M diseñó un plan de trabajo integral con el objetivo de (i) crear conciencia del problema A2M entre todas las subsidiarias de la Compañía, (ii) compartir responsabilidades y recursos en los procesos de inventario y conversión, (iii) estandarizar el proceso de conversión al definir las diferentes fases para la conversión, y (iv) formalizar los requerimientos de los planes de contingencia para enfrentar los escenarios más desfavorables dentro de lo razonable.

El plan de trabajo A2M de la Compañía consiste de las siguientes fases:

(1) Conocimiento

Esta fase requirió del involucramiento de los más altos niveles de la organización, para obtener su aprobación y apoyo para la implementación del Proyecto A2M. El conocimiento o conciencia del problema A2M cubrió los sistemas de tecnología informática (“STI”) y los sistemas de tecnología no-informática (“N-STI”).

(2) Inventario

El objetivo de esta fase fue identificar y registrar cada componente computarizado digital, análogo y eléctrico, en todos los STI y N-STI operativos de la Compañía. Dos grupos de trabajo ejecutaron el proceso de inventario: un grupo de trabajo se concentró en los STI, incluyendo los programas desarrollados por terceros, y el otro grupo de trabajo integrado por personal interno y recursos externos especializados, levantaron el inventario de los microprocesadores integrados en los N-STI, particularmente en el caso de FEMSA Cerveza y de Coca-Cola FEMSA.

(3) Conversión

Esta fase consiste de cinco sub-fases:

- A) Análisis de Impacto: Las aplicaciones se clasificaron de las más críticas a las menos críticas, de acuerdo con su impacto en las operaciones de los negocios y se diseñó un plan de trabajo para llevar a cabo la conversión. Adicionalmente, se identificaron y se clasificaron por prioridad todas las relaciones importantes con entidades externas incluyendo proveedores, clientes, entidades proveedoras de servicios públicas y privadas y bancos, evaluando la importancia de la relación. Inmediatamente después, se inició el proceso para obtener un certificado de cumplimiento de entidades externas.
- B) Conversión de Programas: Los programas desarrollados internamente están siendo modificados ó reemplazados por nuevos programas, en caso necesario, para cumplir con el A2M. Aquellos programas adquiridos de proveedores externos están siendo actualizados ó reemplazados por otros diferentes, en el caso de que el proveedor no proporcione una mejora que cumpla con los requisitos necesarios.
- C) Sustitución de Equipo: El equipo computacional fue modificado o sustituido por equipo nuevo, en caso necesario.
- D) Pruebas: Pruebas integrales están siendo realizadas en todos los STI y cuando es posible, en los N-STI, interactuando activamente con el usuario con el propósito de entrenarlo y obtener un acuerdo escrito de la funcionalidad de las aplicaciones y del equipo.
- E) Implementación: Una vez que los programas y los equipos son probados y aprobados, los equipos asignados están procediendo a reemplazarlos e instalarlos en cada una de las unidades operativas y administrativas de la Compañía y a proveer el entrenamiento necesario, en caso necesario.

(4) Planes de Contingencia

El objetivo de esta fase es determinar los escenarios más desfavorables dentro de lo razonable, que las operaciones de los negocios pudieran enfrentar, así como establecer un plan que asegure la continuidad de las operaciones de los negocios en el caso de que dichos escenarios se materialicen. La Compañía se encuentra en el proceso de formular dichos planes de contingencia, los cuales estarán finalizados e implementados durante el cuarto trimestre de 1999.

(5) Seguimiento

Los objetivos de esta fase son (a) implementar un proceso de control en los departamentos de compras de las subsidiarias, para evitar compras de equipo ó programas que no cumplen con los requisitos del A2M, y (b) proporcionar apoyo técnico a los usuarios de equipo que está siendo sustituido o modificado.

Estado de Ejecución

El plan de trabajo del A2M ha sido implementado en FEMSA y sus subsidiarias. Las fases de conocimiento, inventarios y conversión, están terminadas prácticamente en todas las subsidiarias de FEMSA. La Administración considera que al ser de FEMSA una compañía integrada (i) reduce el costo del Problema A2M, ya que muchas de las aplicaciones son comunes entre las diferentes subsidiarias, (ii) facilita la implementación y el proceso de supervisión del Proyecto del A2M, y (iii) reduce la exposición de la Compañía ante el riesgo de proveedores.

La siguiente tabla presenta el estatus de las diferente fases involucradas en el proceso de conversión para resolver el problema A2M de las compañías subsidiarias.

.

AVANCE DEL PROYECTO A2M PARA FEMSA Y SUS COMPAÑÍAS SUB-TENEDORAS
Al 30 de septiembre de 1999

	FEMSA Cerveza	Coca-Cola FEMSA	FEMSA Empaques	FEMSA Comercio	FEMSA Logística	Tenedora Emprex (Oficinas Corporativas)	FEMSA (Consolidado)
I ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO							
Monitoreo continuo del proyecto	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Existencia de un plan de contingencia	Completo	Completo	Completo	Completo	85%	30%	97%
II AREA ADMINISTRATIVA							
1. Aplicaciones de programas							
Inventario de aplicaciones desarrolladas internamente	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Avance del plan de conversión	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Conversión de aplicaciones de terceras partes	100%	100%	N/A	100%	100%	80%	99%
Fecha estimada de terminación	Julio 15, 1999	Julio 30, 1999	Junio 30, 1999	Mayo 31, 1999	Sep. 3, 1999	Oct. 31, 1999	
2. Equipos							
Estado de modificaciones y reemplazos	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Fecha estimada de terminación	Abril 15, 1999	Julio 30, 1999	Diciembre 31, 1998	Mayo 5, 1999	Abril 30, 1998	Octubre 31, 1999	
3. Costo Estimado (Miles de Dólares)	\$ 900	\$750	\$ 270	\$ 562	\$ 12	\$ 364	\$2,708
III AREA OPERATIVA							
1. Equipos de Producción y otros							
Inventarios de equipo.....	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Certificación de proveedores de equipos	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Avance del plan de conversión	97%	100%	100%	100%	N/A	100%	99%
Fecha estimada de terminación	Sep. 30, 1999	Julio 30, 1999	Junio 30, 1999	Mayo 31, 1999	Sep. 15, 1999	Oct. 15, 1999	
2. Costo estimado (Miles de Dólares)	\$ 454	\$1,250	\$ 10	\$ 0	\$ 10	\$ 277	\$ 2,151
IV COSTO ESTIMADO TOTAL DEL PROYECTO A2M DE FEMSA.....	\$ 1,354	\$ 2,000	\$ 280	\$ 562	\$ 22	\$ 641	\$ 4,859

Costos

La Compañía estima que su programa de mejora A2M tendrá un costo aproximado de 5 millones de dólares. La Administración considera que el relativamente bajo costo de su programa de mejora refleja el hecho de que (i) una parte importante del proceso de conversión fue llevado a cabo utilizando recursos internos; (ii) que las aplicaciones críticas de programas, administrativas y operacionales, en el caso de FEMSA Cerveza y de FEMSA Empaques, ya cumplían con los requisitos A2M, y (iii) que los esfuerzos de Coca-Cola FEMSA para mejorar su tecnología de sistemas de información no estaba incluida en el estimado, ya que esta mejora se estaba llevando a cabo independientemente del programa de mejora A2M. Los nuevos sistemas de información de Coca-Cola FEMSA cumplen con los requerimientos de A2M. La Compañía considera que el costo de sus esfuerzos relacionados con el A2M no tendrá un impacto material adverso para sus operaciones o situación financiera y que han sido y seguirán siendo financiados con recursos internos.

Riesgo

La Compañía considera que el mayor riesgo de interrupción en las operaciones de sus subsidiarias surge principalmente por la dependencia de la Compañía de relaciones de negocios con terceras partes.

La Compañía ha identificado y clasificado como riesgos materiales para las operaciones de la Compañía, la ausencia ó escasez en el suministro de los siguientes insumos críticos en los procesos de producción: (i) agua, (ii) electricidad, (iii) combustible, (iv) materias primas, y (v) telecomunicaciones. Adicionalmente, la Compañía considera que fallas en el sistema bancario podrían causar restricciones de créditos y efectivo que podrían ocasionar problemas de liquidez interrumpiendo las transacciones de la compañía en el curso normal del negocio.

La Compañía se ha puesto en contacto con todos sus proveedores críticos, clientes y otros asociados de negocios para determinar su preparación con respecto al problema A2M y para evaluar la vulnerabilidad de la Compañía ante el riesgo del A2M de terceras partes. Aunque la Compañía hará su mejor esfuerzo para aislarse a sí misma ante la exposición al problema A2M relacionado con terceras partes y espera contar con planes de contingencia para enfrentar los escenarios más desfavorables dentro de lo razonable, ésta no puede garantizar que estas terceras partes, incluyendo proveedores críticos, se encontrarán debidamente preparados para fines de 1999, ni tampoco puede garantizar que cualquier problema A2M experimentado por terceras partes no afectará a las operaciones de FEMSA ó de sus Compañías sub-tenedoras.

Las subsidiarias de la Compañía se encuentran en el proceso de identificar y asignarle prioridad a todas las consecuencias materiales en el caso de que cualquiera de los riesgos de terceras partes llegara a materializarse y espera desarrollar planes de contingencia para responder a los escenarios más desfavorables dentro de lo razonable.

Planes de Contingencia

El Departamento de Auditoría Interna de la Compañía ha proporcionado lineamientos específicos a FEMSA Cerveza, FEMSA Empaques, FEMSA Comercio y FEMSA Logística para la preparación de sus planes de contingencia, basados en los lineamientos publicados por el Instituto de Desastres y Recuperación del Gobierno de los Estados Unidos y el Instituto Británico de Ingeniería Eléctrica. Coca-Cola FEMSA diseñó su plan de contingencia basado en los lineamientos de The Coca-Cola Company. Al 30 de septiembre de 1999, todas las subsidiarias de FEMSA terminaron sus planes de contingencia, con excepción de FEMSA Logística y de las Oficinas Corporativas, las cuales se espera que estén completas para el 31 de octubre de 1999.

Los lineamientos para los planes de contingencia establecen que el principal objetivo de dichos planes es asegurar la continuidad de las funciones críticas de los negocios, a través del desarrollo de métodos y procedimientos alternativos que compensen la falta de los principales recursos. El alcance de los planes de contingencia cubre plantas, equipo, edificios, proveedores internos y externos, clientes internos y externos, tecnología de información y de comunicación.

Las principales medidas de contingencia que serán implementadas por todas las subsidiarias de FEMSA están resumidas en las siguientes:

1. Las agendas de fabricación han sido programadas para acelerar la producción durante el cuarto trimestre de 1999 y disminuir la producción durante el período crítico definido del 31 de diciembre de 1999 al 2 de enero del 2000. Las subsidiarias aumentarán sus respectivos niveles de inventarios de producto terminado, con relación a aquellos establecidos en el curso normal de los negocios, excepto por Coca-Cola FEMSA, la cual continua con su agenda producción normal durante el período crítico.
2. Los niveles de inventario de materia prima se mantendrán al máximo de lo que es considerado como nivel normal de inventario, durante la última semana de diciembre. Las órdenes de compra ya han sido colocadas con los proveedores.

3. Las compañías operadoras rentarán plantas generadoras de energía para apoyar las funciones críticas de producción, en caso de fallas en el suministro de energía eléctrica.
4. Los centros de mantenimiento de los vehículos de distribución llenarán de combustible sus tanques de reserva antes del fin de año, para prevenir escasez de combustible.
5. Ha sido acordado con los proveedores, excepto con aquellos que ofrecen servicios públicos, que todas las transacciones estarán liquidadas durante la segunda semana de diciembre.
6. La compañía incrementará sus reservas de efectivo durante la última semana de diciembre de 1999 para evitar falta de liquidez.
7. Cada subsidiaria ha designado un equipo de personas clave que estarán presentes y/o totalmente localizables y disponibles durante la etapa crítica del 31 de diciembre de 1999 al 5 de enero del 2000. Este equipo incluye niveles superiores e indiscutiblemente personal de informática y especialistas en sistemas electrónicos (embeded systems).
8. Se han establecido procedimientos alternativos para ejecutar manualmente los procesos críticos de administración en caso de que la electricidad o los sistemas administrativos fallen.

Las medidas de contingencia descritas anteriormente no incluyen las medidas de contingencia específicas que se espera que cada una de las subsidiarias estén llevando a cabo de acuerdo con sus necesidades particulares. Para ver el plan de contingencia específico de Coca-Cola FEMSA, por favor refiérase al comunicado de resultados de esta compañía.

En el escenario más desfavorable no podemos asegurar que estas medidas garantizan la operación total de la Compañía.

FEMSA es la compañía de bebidas estratégicamente integrada más grande de México, 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 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; Desarrollo Comercial FEMSA, que administra los centros de servicio OXXO Express, consistentes en gasolineras adyacentes a tiendas de conveniencia; y FEMSA Logística, la empresa creada recientemente para proporcionar servicios de administración logística a FEMSA Cerveza, Coca-Cola FEMSA y a FEMSA Empaques.

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.

###

- siguen 4 páginas de tablas -



INFORMACION OPERATIVA

Por el tercer trimestre y los nueve meses terminados el
30 de septiembre de 1999 y 1998

FEMSA Cerveza

Volumen de Ventas (Miles de hectolitros)	Por el tercer trimestre de:			Acumulado al 30 de septiembre de:		
	1999	1998	%Var	1999	1998	%Var
	Nacional:					
Retornable	4,519	4,519	-	12,915	12,701	1.7
No retornable	189	152	24.3	543	497	9.3
Lata	981	916	7.1	2,903	2,677	8.4
Total nacional	5,689	5,587	1.8	16,361	15,875	3.1
Exportación	452	383	18.0	1,192	1,035	15.2
Total volumen	6,141	5,970	2.9	17,553	16,910	3.8
Ingresos exportación:						
Millones Ps.	289.6	283.3	2.2	779.6	745.6	4.6
US Millones	30.7	25.3	21.3	80.2	68.8	16.6

Coca-Cola FEMSA

Volumen de Ventas (Millones de cajas unidad)	Por el tercer trimestre de:			Acumulado al 30 de septiembre de:		
	1999	1998	%Var	1999	1998	%Var
	Valle de México	80.0	75.1	6.5	237.0	225.2
Sureste	25.1	24.5	2.4	75.2	72.9	3.2
Mexico	105.1	99.6	5.5	312.2	298.1	4.7
Buenos Aires	29.3	28.7	2.1	87.9	81.3	8.1
Total	134.4	128.3	4.7	400.1	379.4	5.4

Mezcla por Presentación (%) (Retornable / No retornable)	Por el tercer trimestre de:			Acumulado al 30 de septiembre de:	
	1999	1998		1999	1998
	Valle de México	42/58	48/52		41/59
Sureste	58/42	61/39		58/42	61/39
Buenos Aires	11/89	10/90		10/90	12/88
Total	38/62	42/58		37/63	44/56

Mezcla por producto (%) (Colas/Sabores/Agua)	Por el tercer trimestre de:		Acumulado al 30 de septiembre de:	
	1999	1998	1999	1998
	Valle de México	76/23/01	76/22/02	76/22/02
Sureste	74/22/04	72/22/06	74/21/05	71/23/06
Buenos Aires	78/21/01	80/19/01	76/23/01	77/22/01
Total	76/22/02	76/22/02	76/22/02	75/22/03

FEMSA Empaque

Volumen de Ventas Total (Millones de piezas)	Por el tercer trimestre de:			Acumulado al 30 de septiembre de:		
	1999	1998	%Var	1999	1998	%Var
	Latas	835	779	7.2	2,343	2,217
Hermetapas	3,320	2,896	14.6	9,676	8,161	18.6
Botellas	206	260	(20.8)	618	743	(16.8)
Cajas de cartón (m. m2)	26,937	24,454	10.2	75,627	71,297	6.1
Refrigeradores (miles)	18	27	(33.3)	81	118	(31.4)
Etiquetas	1,204	982	22.6	3,233	2,744	17.8
Volumen Exportación:						
Latas	53	61	(13.1)	130	220	(40.9)
Hermetapas	1,452	922	57.5	4,118	2,394	72.0
Tapa ecológica	90	91	(1.1)	219	355	(38.3)
Ventas exportación:						
Millones Ps.	130.7	120.5	8.5	378.9	422.1	(10.2)
US Millones	13.8	10.7	29.0	38.6	39.1	(1.3)

Porcentaje de ventas por cliente

	Por el tercer trimestre de:			Acumulado al 30 de septiembre de:		
	1999	1998	Var p.p.	1999	1998	Var p.p.
	Ventas intercompañías	49.8	52.0	(2.2)	50.2	53.3
FEMSA Cerveza	39.5	36.1	3.4	38.0	34.0	4.0
Coca-Cola FEMSA	10.3	15.9	(5.6)	12.2	19.3	(7.1)
Ventas a terceros	50.2	48.0	2.2	49.8	46.7	3.1
Nacional	41.9	40.9	1.0	41.8	38.2	3.6
Exportación	8.3	7.1	1.2	8.0	8.5	(0.5)
Total	100.0	100.0		100.0	100.0	

FEMSA Comercio

Tiendas maduras comparativas:	Por el tercer trimestre de:			Acumulado al 30 de septiembre de:		
	1999	1998	%Var	1999	1998	%Var
	Tiendas totales				1,119	928
Vtas prom. mensuales por tienda (Miles de pesos)	428.5	409.0	4.8	416.9	388.6	7.3
Ticket promedio por cliente (Ps.)	17.5	17.0	3.1	17.6	16.9	4.1
Trafico prom mensual por tienda (Miles de personas)	24.5	24.1	1.6	23.7	23.0	3.0



ESTADO DE RESULTADOS CONSOLIDADO
 Por el tercer trimestre y los nueve meses terminados
 el 30 de septiembre de 1999 y 1998
 Millones de Pesos constantes del 30 de Septiembre de 1999

	Por el tercer trimestre de:			Acumulado al 30 de septiembre de:		
	1999	1998	%Var	1999	1998	%Var
Ventas netas	9,365	9,060	3.4	27,178	25,941	4.8
Otros ingresos de operación	26	41	(36.6)	74	128	(42.2)
Total ingresos	9,391	9,101	3.2	27,252	26,069	4.5
Costo de ventas	4,763	4,880	(2.4)	14,169	14,198	(0.2)
Utilidad bruta	4,628	4,221	9.6	13,083	11,871	10.2
Gastos de administración	791	674	17.4	2,305	2,015	14.4
Gastos de venta	2,329	2,161	7.8	6,715	6,135	9.5
Gastos de operación	3,120	2,835	10.1	9,020	8,150	10.7
Part. en asociadas	1,508	1,386	8.8	4,063	3,721	9.2
Utilidad de operación	25	31	(19.4)	27	52	(48.1)
Gasto financiero	1,533	1,417	8.2	4,090	3,773	8.4
Producto financiero	202	304	(33.6)	703	916	(23.3)
Gasto financiero, neto	(91)	(116)	(21.6)	(307)	(254)	20.9
Fluctuación cambiaria	111	188	(41.0)	396	662	(40.2)
Ganancia por posición monetaria	4	896	(99.6)	(278)	1,802	(115.4)
Costo integral de financiamiento	(64)	(230)	(72.2)	(303)	(653)	(53.6)
Otros gastos	51	854	(94.0)	(185)	1,811	(110.2)
Utilidad antes de impuestos	44	112	(60.7)	91	295	(69.2)
Impuestos	1,438	451	218.8	4,184	1,667	151.0
Utilidad neta total	417	185	125.4	1,384	658	110.3
Utilidad mayoritaria	1,021	266	283.8	2,800	1,009	177.5
Utilidad minoritaria	756	114	563.2	2,123	457	364.6
Utilidad minoritaria	265	152	74.3	677	552	22.6

	% Ingresos Totales			% Ingresos Totales		
	1999	1998	Var P.P.	1999	1998	Var P.P.
Ventas netas	99.7	99.5	0.2	99.7	99.5	0.2
Otros ingresos de operación	0.3	0.5	(0.2)	0.3	0.5	(0.2)
Total ingresos	100.0	100.0	-	100.0	100.0	-
Costo de ventas (*)	50.9	53.9	(3.0)	52.1	54.7	(2.6)
Utilidad bruta (*)	49.4	46.6	2.8	48.1	45.8	2.3
Gastos de administración	8.4	7.4	1.0	8.5	7.7	0.8
Gastos de venta	24.8	23.7	1.1	24.6	23.5	1.1
Gastos de operación	33.2	31.1	2.1	33.1	31.2	1.9
Part. en asociadas	16.1	15.2	0.9	14.9	14.3	0.6
Utilidad de operación	0.2	0.3	(0.1)	0.1	0.2	(0.1)
Utilidad de operación	16.3	15.5	0.8	15.0	14.5	0.5

(*) Calculado a ventas netas

BALANCE GENERAL
 Al 30 de Septiembre de 1999 y 1998

Millones de Pesos constantes de Septiembre 30 de 1999

ACTIVOS	1999	1998	% Var
Efectivo y valores de realización inmediata	2,201	2,259	(2.6)
Cuentas por cobrar	2,576	2,391	7.7
Inventarios	3,331	3,399	(2.0)
Pagos anticipados	821	556	47.7
Total Activo Circulante	8,929	8,605	3.8
Propiedad, planta y equipo, neto	24,710	25,849	(4.4)
Cargos diferidos y otros	5,057	5,311	(4.8)
TOTAL ACTIVOS	38,696	39,765	(2.7)

PASIVOS Y CAPITAL CONTABLE

Prestamos bancarios C.P.	1,006	2,541	(60.4)
Vencimientos del pasivo L.P. a C.P.	2,866	308	830.5
Intereses por pagar	139	181	(23.2)
Pasivo de operación	4,763	3,934	21.1
Total Pasivo Circulante	8,774	6,964	26.0
Prestamos bancarios L.P.	4,286	8,870	(51.7)
Obligaciones laborales	934	975	(4.2)
Otros pasivos	95	85	11.8
Total Pasivos	14,089	16,894	(16.6)
Interés Minoritario	7,669	7,311	4.9
Interés Mayoritario	16,938	15,560	8.9
Total Capital Contable	24,607	22,871	7.6
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	38,696	39,765	(2.7)

RAZONES FINANCIERAS

Liquidez	1.02	1.24	(0.22)
Cobertura de deuda (1)	15.68	8.54	7.14
Apalancamiento	0.57	0.74	(0.17)
Capitalización	0.28	0.37	(0.09)

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



ESTADO DE RESULTADOS

Por los nueve meses terminados el 30 de Septiembre de 1999 y 1998
En millones de pesos del 30 de septiembre de 1999

	FEMSA Cerveza		Coca-Cola FEMSA		FEMSA Empaques		FEMSA Comercio		Amoxxo		FEMSA Logística		FEMSA Consolidado	
	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998
Ventas Netas	11,125.6	10,501.9	10,015.7	9,474.8	4,711.3	4,945.3	3,935.6	3,341.1	948.0	703.1	852.3	673.9	27,178	25,941
Ingresos de Operación	79.0	45.9	30.6	77.9	15.4	23.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	74	128
Ingresos Totales	11,204.6	10,547.8	10,046.3	9,552.7	4,726.7	4,969.0	3,935.6	3,341.1	948.0	703.1	852.3	673.9	27,252	26,069
Costo Ventas	5,189.3	5,192.3	5,389.1	5,291.4	3,547.0	3,708.2	2,954.8	2,526.4	864.0	640.3	720.3	570.5	14,169	14,198
Margen Operación	6,015.3	5,355.5	4,657.2	4,261.3	1,179.7	1,260.8	980.8	814.7	84.0	62.8	132.0	103.4	13,083	11,871
Gastos Operación	3,980.6	3,579.2	3,250.1	2,982.8	417.6	432.1	814.9	710.3	83.6	98.8	54.1	43.2	9,020	8,150
Utilidad Operación	2,034.7	1,776.3	1,407.1	1,278.5	762.1	828.7	165.9	104.4	0.4	(36.0)	77.9	60.2	4,063	3,721
L-USA/Goodwill	27.1	52.2	(86.7)	(90.9)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	27	52
Uafir Comparable	2,061.8	1,828.5	1,320.4	1,187.6	762.1	828.7	165.9	104.4	0.4	(36.0)	77.9	60.2	4,090	3,773
Servicios Corporativos	215.5	128.9	0.0	0.0	47.3	49.7	11.8	10.0	0.0	0.0	0.0	6.1	0	0
UAFIR	1,846.3	1,699.6	1,320.4	1,187.6	714.8	779.0	154.1	94.4	0.4	(36.0)	77.9	54.1	4,090	3,773
Depreciación	560.5	554.7	421.0	287.0	177.0	179.0	34.7	32.1	4.8	3.4	33.7	31.0	1,236	1,094
Cargos Virtuales	444.0	385.4	370.3	342.1	19.8	13.2	25.8	26.5	8.5	8.0	2.3	0.5	882	786
Ebitda	2,850.8	2,639.7	2,111.7	1,816.7	911.6	971.2	214.6	153.0	13.7	(24.6)	113.9	85.6	6,208	5,653
Antes de Servicios Corp	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998
UAFIR / Ingresos totales	18.4	17.3	13.1	12.4	16.1	16.7	4.2	3.1	0.0	(5.1)	9.1	8.9	15.0	14.5
EBITDA / Ingresos totales	27.4	26.2	21.0	19.0	20.3	20.5	5.8	4.9	1.4	(3.5)	13.4	13.6	22.8	21.7
Después de Servicios Corp	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998
UAFIR / Ingresos totales	16.5	16.1	13.1	12.4	15.1	15.7	3.9	2.8	0.0	(5.1)	9.1	8.0	15.0	14.5
EBITDA / Ingresos totales	25.4	25.0	21.0	19.0	19.3	19.5	5.5	4.6	1.4	(3.5)	13.4	12.7	22.8	21.7
Inversión en activo fijo (1)	1,560.5	1,370.0	571.9	1,094.6	130.0	411.6	191.2	84.9	15.7	70.7	52.6	188.2	2,493.0	3,306.0

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



ESTADO DE RESULTADOS

Por el tercer trimestre terminado el 30 de Septiembre de 1999 y 1998
En millones de pesos del 30 de Septiembre de 1999

	FEMSA Cerveza		Coca-Cola FEMSA		FEMSA Empaques		FEMSA Comercio		Amoxxo		FEMSA Logística		FEMSA Consolidado	
	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998
Ventas Netas	3,934.5	3,683.9	3,362.3	3,264.4	1,571.7	1,703.8	1,388.0	1,180.3	334.0	244.2	291.6	274.0	9,365	9,060
Ingresos de Operación	26.9	13.6	11.7	20.4	5.8	10.1	0.0	(0.5)	0.0	0.0	0.0	0.0	26	41
Ingresos Totales	3,961.4	3,697.5	3,374.0	3,284.8	1,577.5	1,713.9	1,388.0	1,179.8	334.0	244.2	291.6	274.0	9,391	9,101
Costo Ventas	1,800.0	1,820.1	1,783.0	1,785.2	1,162.2	1,274.6	1,031.8	885.3	304.0	222.4	246.0	228.3	4,763	4,880
Margen Operación	2,161.4	1,877.4	1,591.0	1,499.6	415.3	439.3	356.2	294.5	30.0	21.8	45.6	45.7	4,628	4,221
Gastos Operación	1,402.4	1,205.5	1,101.6	1,025.7	139.6	144.0	287.1	249.9	30.6	43.6	17.2	19.4	3,120	2,835
Utilidad Operación	759.0	671.9	489.4	473.9	275.7	295.3	69.1	44.6	(0.6)	(21.8)	28.4	26.3	1,508	1,386
L-USA/Goodwill	24.9	31.1	(28.0)	(31.4)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25	31
Uafir Comparable	783.9	703.0	461.4	442.5	275.7	295.3	69.1	44.6	(0.6)	(21.8)	28.4	26.3	1,533	1,417
Servicios Corporativos	70.1	69.0	0.0	0.0	15.8	17.1	4.2	3.5	0.0	0.0	0.0	2.9	0	0
UAFIR	713.8	634.0	461.4	442.5	259.9	278.2	64.9	41.1	(0.6)	(21.8)	28.4	23.4	1,533	1,417
Depreciación	178.6	186.4	136.4	93.7	58.4	64.6	10.4	10.6	1.3	1.2	11.6	9.4	399	368
Cargos Virtuales	143.2	127.2	113.6	115.4	6.1	4.7	8.7	8.6	2.9	2.9	1.4	0.1	279	262
Ebitda	1,035.6	947.6	711.4	651.6	324.4	347.5	84.0	60.3	3.6	(17.7)	41.4	32.9	2,211	2,047

Antes de Servicios Corp

UAFIR / Ingresos totales	19.8	19.0	13.7	13.5	17.5	17.2	5.0	3.8	(0.2)	(8.9)	9.7	9.6	16.3	15.5
EBITDA / Ingresos totales	27.9	27.5	21.1	19.8	21.6	21.3	6.4	5.4	1.1	(7.2)	14.2	13.1	23.5	22.5

Después de Servicios Corp

UAFIR / Ingresos totales	18.0	17.1	13.7	13.5	16.5	16.2	4.7	3.5	(0.2)	(8.9)	9.7	8.5	16.3	15.5
EBITDA / Ingresos totales	26.1	25.6	21.1	19.8	20.6	20.3	6.1	5.1	1.1	(7.2)	14.2	12.0	23.5	22.5

Inversión en activo fijo (1)	516.0	500.8	178.9	298.4	33.2	128.8	101.0	43.9	4.7	31.8	17.1	54.8	850.0	1,095.0
-------------------------------------	-------	-------	-------	-------	------	-------	-------	------	-----	------	------	------	-------	---------

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