



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 ANUNCIA INFORMACIÓN FINANCIERA NO AUDITADA PARA EL TERCER TRIMESTRE Y NUEVE MESES TERMINADOS EL 30 DE SEPTIEMBRE DE 1998

Monterrey, México, octubre 27, 1998 - A continuación se presenta cierta información financiera no auditada de Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V. ("FEMSA" o la "Compañía", antes Valores Industriales, S.A. "VISA") (BMV: FEMSA UBD) para el tercer trimestre y los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998. FEMSA es una empresa controladora, cuyas principales actividades están agrupadas bajo las siguientes compañías sub-controladoras y realizadas por sus respectivas 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 transportación y logística a FEMSA Cerveza y a Coca-Cola FEMSA.

Todas las cifras están expresadas en pesos mexicanos constantes ("peso" ó "Ps.") con poder adquisitivo al 30 de septiembre de 1998 y fueron preparadas de acuerdo con Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México ("PCGA en México").

Información Financiera No Auditada para el Tercer Trimestre Terminado el 30 de Septiembre de 1998

FEMSA Consolidado - Utilidad de Operación

Ingresos Totales/Ventas Netas

Los ingresos totales consolidados de FEMSA aumentaron 13.9%, a Ps. 8,177 millones en el tercer trimestre de 1998, comparados con Ps. 7,180 millones registrados en el tercer trimestre de 1997. Las ventas netas consolidadas crecieron 14.0%, a Ps. 8,124 millones para el tercer trimestre de 1998,

comparadas con Ps. 7,124 millones para el tercer trimestre de 1997, y representaron el 99.4% de los ingresos totales del período.

El incremento de las ventas netas consolidadas se atribuyó al crecimiento de las ventas registrado por cada una de las principales subsidiarias de la Compañía. El crecimiento de las ventas fue particularmente fuerte para Coca-Cola FEMSA, FEMSA Empaques y FEMSA Comercio, cuyas ventas netas se incrementaron en 13.3%, 15.1% y 15.1%, respectivamente, en el tercer trimestre de 1998. El crecimiento de las ventas se atribuyó principalmente al crecimiento de los volúmenes de venta, y en el caso de FEMSA Comercio, a un incremento en las ventas de tiendas maduras comparativas de 9.8% y al aumento en el número de tiendas OXXO.

Utilidad Bruta

La utilidad bruta consolidada de FEMSA aumentó 13.8%, ascendiendo a Ps. 3,732 millones en el tercer trimestre de 1998, comparada con Ps. 3,280 millones en el tercer trimestre de 1997. El margen bruto fue de 45.9% sobre ventas netas consolidadas en el tercer trimestre de 1998, comparado con un margen bruto consolidado de 46.0% en el mismo período de 1997.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación consolidados de FEMSA crecieron 15.8% en el tercer trimestre de 1998, a Ps. 2,505 millones, comparados con Ps. 2,164 millones registrados en el tercer trimestre de 1997. La utilidad de operación consolidada (después de la participación en resultados de compañías afiliadas) para el tercer trimestre de 1998 aumentó 11.0% a Ps. 1,254 millones, de Ps. 1,130 millones en el mismo período de 1997, y el margen de utilidad de operación disminuyó a 15.3% de los ingresos totales consolidados en el tercer trimestre de 1998, de 15.7% de los ingresos totales consolidados en el tercer trimestre de 1997.

FEMSA Cerveza

Ventas Netas

Las ventas netas de FEMSA Cerveza aumentaron 6.8% en el tercer trimestre de 1998, ascendiendo a Ps. 3,230 millones, comparadas con Ps. 3,024 millones registrados en el período comparable de 1997. Los ingresos totales aumentaron 6.4% a Ps. 3,242 millones en el tercer trimestre de 1998, de Ps. 3,046 millones en el tercer trimestre de 1997. Los embarques totales de FEMSA Cerveza crecieron 4.4%, a 5.969 millones de hectolitros en el tercer trimestre de 1998, comparados con 5.717 millones de hectolitros en el tercer trimestre de 1997. Los embarques domésticos crecieron 3.7% a 5.587 millones de hectolitros en el tercer trimestre de 1998, comparados con 5.390 millones de hectolitros en el mismo trimestre del año anterior. Los embarques domésticos de FEMSA Cerveza crecieron a una tasa superior a la del crecimiento promedio de la industria nacional, como consecuencia de (i) un crecimiento en algunos territorios de dominio de FEMSA Cerveza mayor al crecimiento promedio de la industria nacional, mientras que en los trimestres anteriores de 1998, el crecimiento de estos territorios había sido inferior al crecimiento promedio de la industria nacional; (ii) así como resultado de una mejor posición competitiva de FEMSA Cerveza en algunos mercados. Las presentaciones en lata representaron el 16.4% de los embarques domésticos en el tercer trimestre de 1998, comparados con el 15.3% en el tercer trimestre de 1997. Las presentaciones retornables disminuyeron del 81.4% de los embarques domésticos en el tercer trimestre de 1997, a 80.9% de los embarques domésticos en el tercer trimestre de 1998. En el tercer trimestre de 1998, los embarques de exportaciones crecieron 16.8% a 382 mil hectolitros, comparados con 327 mil hectolitros en el período comparable de 1997. Los embarques a los Estados Unidos, el principal

mercado de exportación de FEMSA Cerveza, aumentaron 35.0% en el tercer trimestre de 1998, comparados con el mismo período de 1997.

Los ingresos por exportaciones aumentaron 23.2% ascendiendo a Ps. 272 millones en el tercer trimestre de 1998, de Ps. 221 millones registrados en el tercer trimestre de 1997. En términos de dólares, los ingresos de exportación crecieron 17.2%. El crecimiento de las ventas netas se debe principalmente al crecimiento de los embarques domésticos, al aumento en el precio promedio por hectolitro, y al crecimiento de las presentaciones de lata, las cuales tienen un mayor precio que las presentaciones retornables de 12 onzas.

Utilidad Bruta

En el tercer trimestre de 1998, el costo de ventas aumentó 4.1% a Ps. 1,596 millones de Ps. 1,533 millones en el tercer trimestre de 1997. A pesar del efecto desfavorable de la devaluación del peso contra el dólar en el costo de las materias primas importadas y en ciertos materiales de empaque denominados en dólares, el crecimiento relativamente modesto del costo de ventas refleja las continuas reducciones en los costos de conversión. Como resultado de la escisión de los activos de FEMSA Cerveza dedicados a la transportación primaria y de sus instalaciones de mantenimiento, a partir de abril 1 de 1998, FEMSA Cerveza empezó a pagar el costo de los servicios de transportación primaria a FEMSA Logística, la entidad constituida de la escisión, incluyendo un margen para compensar a FEMSA Logística por el costo de los activos dedicados a proveer dichos servicios. El cargo adicional al costo de ventas de FEMSA Cerveza que refleja este margen ascendió a Ps. 15.5 millones durante el tercer trimestre de 1998. Este cargo intercompañías, que se elimina en la consolidación, será un cargo recurrente para FEMSA Cerveza. El cargo se determina con referencia al valor constante monetario de los activos que se escindieron a FEMSA Logística. No obstante el efecto desfavorable de la devaluación del peso y los cargos adicionales pagados a FEMSA Logística, la utilidad bruta de FEMSA Cerveza creció 8.8% en el tercer trimestre de 1998 a Ps. 1,646 millones, de Ps. 1,513 millones en el mismo período de 1997. Como resultado de una mayor tasa de crecimiento de las ventas netas relativas al costo de ventas, el margen bruto de FEMSA Cerveza se expandió 1.0 puntos porcentuales a 51.0% de las ventas netas en el tercer trimestre de 1998, del 50% de las ventas netas en el tercer trimestre de 1997.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación aumentaron 11.4% para los tres meses terminados el 30 de septiembre de 1998 a Ps. 1,057 millones, de Ps. 949 millones para el período comparable del año anterior. El incremento en los gastos de operación se atribuye principalmente a un aumento en la compensación variable de la fuerza de ventas, como resultado del crecimiento del volumen, patrocinios e inversiones en reconocimiento de marca para las principales marcas de FEMSA Cerveza, inversiones incurridas con relación al lanzamiento de Sol en los Estados Unidos y a otros gastos relacionados con la demanda del producto. La participación en los resultados de Labatt USA aumentaron 87.6% a Ps. 27.2 millones para el tercer trimestre de 1998 de Ps. 14.5 millones registrados en el tercer trimestre de 1997. La utilidad de operación de FEMSA Cerveza después de la participación en los resultados de Labatt USA y antes del pago de servicios corporativos a FEMSA y a Labatt, aumentó 6.5% a Ps. 616 millones en el tercer trimestre de 1998, de Ps. 578 millones en el tercer trimestre de 1997. Esto representó un margen de utilidad de operación de 19.0% sobre ingresos totales, antes del pago de servicios corporativos, comparado con un margen de utilidad de operación de 19.0% sobre ingresos totales registrado en el tercer trimestre de 1997. El pago de servicios corporativos ascendió a Ps. 60 millones, representando el 1.9% de las ventas totales para el tercer trimestre de 1998, comparado con Ps. 25 millones ó 0.8% de las ventas totales registrado en el tercer trimestre de 1997.

El incremento en el pago de servicios corporativos de FEMSA Cerveza fue implementado para compensar más adecuadamente a FEMSA y a Labatt por los servicios prestados a FEMSA Cerveza, de acuerdo con la explicación incluida en la sección de Transacciones y Desarrollo de Negocios Recientes presentada más adelante. La utilidad de operación de FEMSA Cerveza, después de la participación en los resultados de Labatt USA y de los servicios corporativos pagados a FEMSA y a Labatt, aumentó 0.4% a Ps. 556 millones para el tercer trimestre de 1998, de Ps. 553 millones para el tercer trimestre de 1997.

Coca-Cola FEMSA

Ventas Netas

Coca-Cola FEMSA registró ventas netas por Ps. 3,040 millones en el tercer trimestre de 1998, 13.3% superiores a las ventas netas por Ps. 2,683 millones registradas en el tercer trimestre de 1997. Los ingresos totales crecieron 13.1% a Ps. 3,061 millones, comparados con Ps. 2,707 millones en el tercer trimestre de 1997. El crecimiento en las ventas netas fue impulsado por el crecimiento del volumen de los territorios mexicanos y de Buenos Aires. El volumen de ventas en los territorios mexicanos creció 14.2% a 99.6 millones de cajas unidad en el tercer trimestre de 1998 y representó el 77.6% del volumen total de Coca-Cola FEMSA para dicho período. En el tercer trimestre de 1998, el volumen de ventas en el Valle de México aumentó 10.6% comparado con el tercer trimestre de 1997 a 75.1 millones de cajas unidad, y el volumen de ventas en el Sureste de México creció 16.1% comparado con el tercer trimestre de 1997, a 22.4 millones de cajas unidad (excluyendo 2.1 millones de cajas unidad vendidas en el territorio de Tapachula). El crecimiento del volumen en los territorios mexicanos refleja la continua inversión en tecnología que proporciona a Coca-Cola FEMSA una mejor información del mercado y de los consumidores. Este crecimiento es también resultado de la efectividad del sistema de pre-venta y de mayor colocación de equipo de refrigeración en el mercado. El volumen de ventas en el territorio de Buenos Aires creció 8.9%, a 26.9 millones de cajas unidad (excluyendo 1.8 millones de cajas unidad vendidas en el nuevo territorio en Argentina) en el tercer trimestre de 1998, comparado con 24.7 millones de cajas unidad vendidas durante el tercer trimestre de 1997. Todas las cifras de volúmenes mencionadas anteriormente incluyen agua embotellada.

El crecimiento de las ventas fue ligeramente superior al crecimiento del volumen de ventas en México, debido principalmente a un incremento de precios de 9.5% en promedio ponderado, implementado en el territorio del Valle de México el 1° de agosto de 1998. El precio promedio real para los productos de Coca-Cola FEMSA aumentó aproximadamente 1.0% en los territorios mexicanos durante el tercer trimestre de 1998, comparado con el tercer trimestre de 1997. En el territorio de Buenos Aires, el precio promedio real disminuyó aproximadamente 6.3% en el mismo período, lo cual contrarrestó parcialmente el efecto positivo del crecimiento del volumen de ventas, y resultó en un crecimiento en las ventas netas de aproximadamente 9.1% en este territorio para el trimestre terminado el 30 de septiembre de 1998.

Utilidad Bruta

El costo de ventas de Coca-Cola FEMSA aumentó 12.7% a Ps. 1,674 millones en el tercer trimestre de 1998, comparado con Ps. 1,486 millones en el mismo trimestre de 1997. El incremento en el costo de ventas se debió principalmente al crecimiento del volumen, mayores costos de materias primas asociados con el incremento de las presentaciones no-retornables en la mezcla y al efecto de la devaluación del peso contra el dólar en ciertos costos de empaque. No obstante el incremento en el costo de ventas, Coca-Cola FEMSA registró una utilidad bruta de Ps. 1,387 millones para el tercer trimestre de 1998, 13.6% superior a los Ps. 1,221 millones generados en el mismo período de 1997.

Como resultado de la menor tasa de crecimiento del costo de ventas en relación con la ventas netas, el margen bruto de Coca-Cola FEMSA para el tercer trimestre de 1998 aumentó 0.1 puntos porcentuales a 45.6% de las ventas netas, comparado con 45.5% para el mismo período del año anterior.

Utilidad de Operación

La utilidad de operación después de la amortización del crédito mercantil creció 12.3%, a Ps. 399 millones en el tercer trimestre de 1998, de Ps. 356 millones del tercer trimestre de 1997. El margen de operación de Coca-Cola FEMSA disminuyó ligeramente de 13.1% en el tercer trimestre de 1997, a 13.0% en el tercer trimestre de 1998. El incremento en la utilidad de operación se debió a la mejora en la rentabilidad del territorio de Buenos Aires, así como a los esfuerzos realizados por Coca-Cola FEMSA para mejorar la productividad y contener los gastos de administración y ventas, los cuales crecieron 13.7% en el trimestre terminado el 30 de septiembre de 1998, a pesar de mayores costos de distribución y mantenimiento incurridos en los territorios mexicanos como consecuencia de fuertes lluvias fuera de temporada y de vastas inundaciones.

FEMSA Empaques

Ventas Netas

FEMSA Empaques registró un crecimiento en ventas netas de 15.1% en el tercer trimestre de 1998, a Ps. 1,496 millones, de Ps. 1,300 millones en el tercer trimestre de 1997. El crecimiento en ventas se debió principalmente al crecimiento de 21.5% en el volumen de ventas de latas de bebidas, al crecimiento de 10.7% en el volumen de hermetapas, al crecimiento de 10.2% en el volumen de botellas de vidrio, al crecimiento de 9.4% en el volumen de cartón y al crecimiento de 8.0% en el volumen de refrigeradores comerciales. Además del fuerte crecimiento de los volúmenes, el crecimiento de las ventas netas también se atribuye al efecto de la devaluación del peso contra el dólar, dado que los precios domésticos de algunos de los productos de FEMSA Empaques están denominados en dólares; así como al incremento en los precios de botellas de vidrio y de ciertos productos de empaque flexible. Los ingresos de exportación disminuyeron 1.8% a Ps. 130 millones en el tercer trimestre de 1998, de Ps. 132 millones en el tercer trimestre de 1997, representando el 8.7% de las ventas netas, comparados con 10.2% obtenidos en el mismo trimestre de 1997. En términos de dólares, los ingresos de exportación disminuyeron 11.4% en el tercer trimestre de 1998. Las ventas intercompañías representaron el 52% de los ingresos totales de FEMSA Empaques durante el tercer trimestre de 1998, comparadas con el 57.5% en el mismo período del año anterior.

Utilidad Bruta

El costo de ventas aumentó 13.8% en el tercer trimestre de 1998, a Ps. 1,120 millones, de Ps. 984 millones correspondientes al mismo período de 1997. Este incremento se atribuye principalmente al crecimiento de los volúmenes, así como al impacto de la devaluación del peso contra el dólar en el costo de materias primas importadas. El impacto negativo de la devaluación del peso en el costo de ventas fue parcialmente contrarrestado por mayores eficiencias y por la reducción de mermas obtenidas en algunas líneas de productos de FEMSA Empaques. No obstante el incremento en el costo de ventas, la utilidad bruta de FEMSA Empaques creció 16.5% a Ps. 385 millones en el tercer trimestre de 1998, de Ps. 331 millones en el mismo período del año anterior. El margen de utilidad bruta a ventas netas aumentó ligeramente en 0.3

puntos porcentuales a 25.7%, de 25.4%, reflejando la mayor tasa de crecimiento de las ventas netas con relación al costo de ventas.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación aumentaron 32.0% en el tercer trimestre de 1998, principalmente como resultado de una estructura de ventas creciente para apoyar las mayores ventas al mercado abierto doméstico y de exportación y mayores costos de flete absorbidos por FEMSA Empaques a favor de sus clientes, particularmente de FEMSA Cerveza. Como consecuencia de la mayor tasa de crecimiento de los gastos de operación con relación a la utilidad bruta, la utilidad de operación antes del pago de servicios corporativos aumentó 10.2% a Ps. 260 millones en el tercer trimestre de 1998, de Ps. 236 millones en el tercer trimestre de 1997. El margen de utilidad de operación antes del pago de servicios corporativos disminuyó a 17.2% de los ingresos totales, comparado con 17.9% sobre ingresos totales del tercer trimestre de 1997, una menor reducción en márgenes que la experimentada en trimestres anteriores. En el tercer trimestre de 1998, el pago de servicios corporativos fue de Ps. 15 millones, representando 1.0% de los ingresos totales, de Ps. 13 millones ó 1.0% de los ingresos totales en el tercer trimestre de 1997. La utilidad de operación después del pago de servicios corporativos aumentó 9.9% en el tercer trimestre de 1998 a Ps. 245 millones, de Ps. 222 millones para el período comparable del año anterior.

FEMSA Comercio

Ventas Netas

Las ventas netas de FEMSA Comercio crecieron 15.1% durante el tercer trimestre de 1998 a Ps. 1,035 millones, de Ps. 899 millones en el tercer trimestre de 1997. El crecimiento de las ventas se debió principalmente al incremento del 8.5% en el número total de tiendas, las cuales aumentaron de 855 al 30 de septiembre de 1997, a 928 al 30 de septiembre de 1998. En el tercer trimestre de 1998, las ventas promedio de tiendas maduras comparativas crecieron 9.8%, el tráfico promedio por tienda aumentó 10.9% y la compra promedio por cliente disminuyó 1.0%, comparada al mismo período de 1997.

Utilidad Bruta

El costo de ventas creció 14.3% en el tercer trimestre de 1998, a Ps. 776 millones, comparado con Ps. 679 millones en el período comparable de 1997. FEMSA Comercio registró una utilidad bruta de Ps. 258 millones, 16.7% superior a la registrada en el tercer trimestre de 1997, la cual ascendió a Ps. 221 millones. El margen bruto de FEMSA Comercio creció ligeramente a 25.0% de las ventas netas en el tercer trimestre de 1998, de 24.6% de las ventas netas registrado en el tercer trimestre de 1997.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación crecieron 11.5% reflejando principalmente el crecimiento en el número total de tiendas. FEMSA Comercio registró una utilidad de operación antes del pago de servicios corporativos de Ps. 39 millones en el tercer trimestre de 1998, 57.8% superior a la utilidad de operación de Ps. 25 millones registrada en el tercer trimestre de 1997. El margen de utilidad de operación antes del pago de servicios corporativos creció a 3.8% de las ventas totales en el tercer trimestre de 1998 comparado con 2.8% registrado en el tercer trimestre de 1997. En el tercer trimestre de 1998, los servicios corporativos representaron 0.3% de los ingresos totales, ascendiendo a Ps. 3.1 millones, de Ps. 2.8 millones ó 0.3% de los ingresos totales en el tercer trimestre de 1997. La utilidad de operación después del pago de servicios corporativos aumentó 63.9% en el tercer trimestre de 1998 a Ps. 36 millones, de Ps. 22 millones para el mismo período del año anterior.

FEMSA Consolidado - Utilidad Neta

No obstante el crecimiento de 11.0% en la utilidad de operación consolidada, la utilidad neta consolidada de FEMSA en el tercer trimestre de 1998 disminuyó 77.5% a Ps. 237 millones, de Ps. 1,051 millones en el tercer trimestre de 1997, principalmente como resultado del gasto generado por el resultado integral de financiamiento consolidado, el incremento en otros gastos y una mayor tasa efectiva de impuestos.

En el tercer trimestre de 1998, FEMSA registró un costo integral de financiamiento consolidado de Ps. 748 millones, comparado con un ingreso integral de financiamiento consolidado de Ps. 189 millones en el mismo período de 1997, principalmente como resultado de un importante incremento en la pérdida cambiaria consolidada. Lo anterior fue el resultado de una devaluación del peso de 13.3% en el tercer trimestre de 1998, comparada con una apreciación de 2.0% en el tercer trimestre de 1997. La devaluación del peso generó una pérdida cambiaria de Ps. 785 millones en el tercer trimestre de 1998, comparada con una ganancia cambiaria de Ps. 178 millones en el mismo período de 1997. Los gastos financieros netos disminuyeron 18.7% a Ps. 165 millones en el tercer trimestre de 1998, comparados con Ps. 203 millones en el mismo trimestre de 1997. Esta disminución se atribuye a la reducción de 12.2% en los gastos financieros, a Ps. 267 millones en el tercer trimestre de 1998, de Ps. 304 millones en el tercer trimestre de 1997, reflejando la reducción en la deuda total. La ganancia por posición monetaria fue de Ps. 202 millones en el tercer trimestre de 1998, comparada con Ps. 214 millones en el tercer trimestre de 1997.

FEMSA registró otros gastos consolidados por Ps. 107 millones en el tercer trimestre de 1998, comparados con otros gastos consolidados de Ps. 94 millones en el período comparable del año anterior. El incremento en otros gastos consolidados se atribuye principalmente a pagos por indemnizaciones de Coca-Cola FEMSA y de FEMSA Cerveza y a bajas de activos de Coca-Cola FEMSA.

FEMSA y sus subsidiarias registraron impuestos sobre la renta consolidados, impuestos sobre activos y gastos por reparto de utilidades a los trabajadores por Ps. 162 millones en el tercer trimestre de 1998, comparados con Ps. 174 millones en el mismo período de 1997. La tasa efectiva de impuestos de la Compañía durante el tercer trimestre de 1998 fue superior a la del período comparable del año anterior, como resultado de: (i) una menor utilización de pérdidas fiscales, y (ii) una reducción en la utilidad antes de impuestos, impuestos sobre activos y reparto de utilidades a los trabajadores, debido principalmente al hecho de que una importante parte de la pérdida cambiaria es generada al nivel de las diferentes compañías controladoras y no pudo ser compensado contra utilidades fiscales. Sin embargo, se registró un incremento en el beneficio impositivo derivado de la consolidación fiscal en el tercer trimestre de 1998 que ascendió a Ps. 105 millones, comparado con un beneficio de Ps. 48 millones en el tercer trimestre de 1997. Si las subsidiarias de la Compañía continúan generando utilidades y el peso no se devalúe, la Compañía espera que su tasa efectiva disminuya.

La utilidad neta mayoritaria consolidada disminuyó 75.9% a Ps. 102 millones para el tercer trimestre de 1998, de Ps. 424 millones en el tercer trimestre de 1997. La utilidad neta mayoritaria fue adicionalmente afectada por el hecho de que el resultado integral de financiamiento atribuible a la deuda de la compañía controladora es asignado solamente al interés mayoritario.

Información Financiera No Auditada para los Nueve Meses Terminados el 30 de Septiembre de 1998

FEMSA Consolidado - Utilidad de Operación

Ingresos Totales/Ventas Netas

Los ingresos totales consolidados de FEMSA crecieron 14.6%, a Ps. 23,408 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, comparados con Ps. 20,422 millones registrados en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1997. Las ventas netas consolidadas crecieron 14.8%, a Ps. 23,240 millones para los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998 y representaron el 99.3% de los ingresos. El incremento en las ventas netas consolidadas se atribuyó al crecimiento en ventas registrado por cada una de las principales subsidiarias de la Compañía. El crecimiento de las ventas fue particularmente fuerte para Coca-Cola FEMSA, FEMSA Empaques, y FEMSA Comercio, cuyas ventas netas crecieron 13.1%, 13.0% y 18.7%, respectivamente, en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, comparados con el mismo período de 1997. El crecimiento de las ventas se debió principalmente al incremento en los volúmenes de venta y, en el caso de FEMSA Comercio, a un crecimiento de las ventas de tiendas maduras comparativas de 12.4% y al aumento en el número total de tiendas OXXO.

Utilidad Bruta

La utilidad bruta consolidada de FEMSA aumentó 16.1%, a Ps. 10,603 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, comparada con Ps. 9,135 millones para el mismo período de 1997, representando un margen bruto consolidado de 45.6% sobre las ventas netas consolidadas, comparado con 45.1% en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1997. La mejora en el margen bruto consolidado para los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998 se atribuyó principalmente a la expansión del margen bruto de FEMSA Cerveza.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación consolidados crecieron 15.6% en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998 a Ps. 7,319 millones, de Ps. 6,332 millones registrados en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1997. La tasa de crecimiento de la utilidad bruta consolidada excedió al crecimiento de los gastos de operación consolidados, lo que dio como resultado que la utilidad de operación consolidada (después de la participación en resultados de compañías afiliadas) para los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, aumentara 17.2% a Ps. 3,329 millones, de Ps. 2,841 millones en el período comparable de 1997. El margen de utilidad de operación consolidado de la Compañía mejoró al 14.2% de los ingresos totales consolidados en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, comparado con el 13.9% sobre los ingresos totales consolidados en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1997, como resultado de las mejoras en los márgenes de operación de todas las subsidiarias operativas de la Compañía con excepción de FEMSA Empaques.

FEMSA Cerveza

Ventas Netas

Las ventas netas de FEMSA Cerveza crecieron 7.7% en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, a Ps. 9,207 millones, de Ps. 8,550 millones registrados en el mismo período de 1997, y los ingresos totales aumentaron 7.3% a Ps. 9,247 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, de Ps. 8,614 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1997. Los embarques totales de FEMSA Cerveza crecieron 2.6% a 16.909 millones de hectolitros en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, comparados con 16.485 millones de hectolitros en el período comparable del año anterior. Los embarques domésticos crecieron 2.2% a 15.875 millones de hectolitros en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, de 15.538 millones de hectolitros en el mismo período de 1997. Las presentaciones de lata representaron el 16.9% de los embarques domésticos en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, comparadas con 16.0% en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1997. Las presentaciones retornables disminuyeron ligeramente de 80.4% de los embarques domésticos en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1997, a 80.0% en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998. En los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, los embarques de exportación crecieron 9.2% a 1.034 millones de hectolitros, comparados con 947 mil hectolitros en el mismo período de 1997. Los embarques al mercado de Estados Unidos, el principal mercado de exportación de FEMSA Cerveza, crecieron 21.4% en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, comparados con el mismo período de 1997. Los embarques al mercado Latinoamericano, en particular a Brasil, disminuyeron importantemente, como resultado de la reorganización de la estructura de ventas en Brasil, pero principalmente debido a los cambios desfavorables en las estructuras de tarifas y aranceles en ese país. Los ingresos de exportación aumentaron 25.3% a Ps. 620 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, de Ps. 495 millones en el mismo período del año anterior. En términos de dólares, los ingresos por exportaciones crecieron 9.3%. El incremento en las ventas netas para los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998 se debe principalmente al crecimiento acumulado de 2.6% en los embarques totales, al incremento en el precio promedio doméstico por hectolitro y al crecimiento de la presentación de lata, cuyo precio es relativamente mayor al de la presentación retornable de doce onzas.

Utilidad Bruta

La utilidad bruta de FEMSA Cerveza creció 17.3% en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, a Ps. 4,695 millones, de Ps. 4,004 millones en el mismo período de 1997. El incremento en la utilidad bruta se debió principalmente a la disminución de 1.3% en el costo de ventas, principalmente atribuible a la reducción en términos reales de costos variables tales como los relacionados con la elaboración de la cerveza, materiales de empaque y servicios, lo que dio como resultado menores costos de conversión, así como a la disminución en ciertos costos fijos atribuible a eficiencias logradas en los procesos de producción. El costo de ventas incluye un cargo adicional de Ps. 47.1 millones reflejando el margen pagado a FEMSA Logística para los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998. Como resultado de estas reducciones en costos y del incremento en las ventas netas, el margen bruto de FEMSA Cerveza se expandió 4.2 puntos porcentuales a 51.0% de las ventas netas en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, de 46.8% de las ventas netas en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1997.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación aumentaron 17.6% en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, a Ps. 3,138 millones, de Ps. 2,668 millones en el mismo período del año anterior. El incremento en los gastos de operación se atribuye a mayores gastos de mercadotecnia, principalmente en campañas de publicidad y medios, esfuerzos específicos relacionados con la Copa Mundial, patrocinios e inversiones en reconocimiento de las principales marcas del portafolio de FEMSA Cerveza, inversiones relacionadas con el lanzamiento de Sol en Estados Unidos y otros gastos relacionados con la demanda del producto. Adicionalmente, FEMSA Cerveza apoyó el crecimiento del volumen durante los primeros meses del año al aumentar su gasto comercial con el objetivo de mitigar parcialmente el impacto del incremento en el precio de la cerveza implementado en enero de 1998. Además, como parte de la estrategia de portafolio de marcas a septiembre 30 de 1998 FEMSA Cerveza había incrementado el número de detallistas servidos en regiones de baja participación de mercado. Los costos fijos relacionados con la mayor cobertura serán eficientemente absorbidos en el caso de que los volúmenes en las regiones de baja participación de mercado, crezcan más que sus respectivas industrias. La participación en los resultados de Labatt USA aumentó 19.7% a Ps. 46 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, de Ps. 38 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1997. La utilidad de operación de FEMSA Cerveza después de la participación en los resultados de Labatt USA y antes de servicios corporativos pagados a FEMSA y a Labatt, aumentó 16.6% a Ps. 1,603 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, de Ps. 1,374 millones para el mismo período del año anterior. Esto representó un margen de operación antes de servicios corporativos de 17.3% para los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, comparado con 16.0% en el mismo período del año anterior. Los servicios corporativos aumentaron 58.1% a Ps. 113 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, de Ps. 71 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1997, reflejando el incremento en el pago de servicios en el tercer trimestre, como se describe en la Sección de Transacciones y Eventos Recientes expuesta más adelante. La utilidad de operación de FEMSA Cerveza, después de la participación en los resultados de Labatt USA y de los servicios corporativos pagados a FEMSA y a Labatt, aumentó 14.4% a Ps. 1,490 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, de Ps. 1,303 millones registrados en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1997.

Coca-Cola FEMSA

Ventas Netas

Coca-Cola FEMSA registró ventas netas de Ps. 8,805 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, 13.1% superiores a las ventas netas de Ps. 7,787 millones registrados en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1997. Los ingresos totales crecieron 13.0%, a Ps. 8,886 millones, de Ps. 7,864 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1997. El crecimiento en las ventas netas fue impulsado por el crecimiento del volumen en los territorios mexicanos. El volumen de ventas en los territorios mexicanos creció 23.4%, a 298.1 millones de cajas unidad, de 241.5 millones de cajas unidad en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1997 y representó el 78.6% del volumen total de Coca-Cola FEMSA para el período de los primeros nueve meses de 1998. En los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, el volumen de ventas en el Valle de México aumentó 20.6% a 225.2 millones de cajas unidad de 186.7 millones de cajas unidad en el mismo período de 1997 y en el Sureste de México, el volumen de ventas creció 20.4% a 66.0 millones de cajas unidad (excluyendo 6.9 millones de cajas unidad vendidas en el territorio de Tapachula), comparado con 54.8 millones de cajas unidad en el mismo período de 1997.

El crecimiento del volumen en los territorios mexicanos refleja la continua inversión de Coca-Cola FEMSA en tecnología, la capacitación de la fuerza de ventas, la efectividad del sistema de preventa y la inversión en equipo de refrigeración, así como mayores esfuerzos promocionales. El volumen de ventas en el territorio de Buenos Aires creció 8.5%, a 79.3 millones de cajas unidad (excluyendo 2.0 millones de cajas unidad vendidas en el nuevo territorio) en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, de 73.1 millones de cajas unidad en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1997. Todas las cifras de volúmenes antes mencionadas incluyen agua embotellada.

El crecimiento en ventas fue ligeramente inferior al crecimiento en el volumen de ventas en México, debido a la mayor tasa de crecimiento de las presentaciones grandes, las cuales se venden a un precio por onza menor que las presentaciones más chicas. Adicionalmente, el precio promedio en términos reales para los productos de Coca-Cola FEMSA ha continuado disminuyendo en 1998. El precio real promedio disminuyó 1.2% en los territorios mexicanos en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998. En el territorio de Buenos Aires, el precio promedio real ha disminuido 12.8% en el mismo período, lo que ha contrarrestado el efecto positivo del crecimiento del volumen, resultando en una disminución en las ventas netas de aproximadamente 3.1% en este territorio para los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998.

Utilidad Bruta

El costo de ventas de Coca-Cola FEMSA aumentó 14.4% a Ps. 4,955 en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, de Ps. 4,332 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1997. El incremento en el costo de ventas se debió principalmente al crecimiento del volumen, al incremento en los salarios reales, a mayores costos de materias primas, como resultado del incremento en la mezcla de presentaciones no retornables, y al efecto de la devaluación del peso contra el dólar en el costo de ciertos materiales de empaques. No obstante el incremento en el costo de ventas, Coca-Cola FEMSA registró una utilidad bruta de Ps. 3,931 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, 11.3% mayor a la utilidad bruta de Ps. 3,532 millones generada en el mismo período de 1997. Como resultado de la menor tasa de crecimiento de las ventas netas con relación al costo de ventas, el margen de utilidad bruta de Coca-Cola FEMSA en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998 fue de 44.6% sobre ventas netas, comparado con 45.4% en el mismo período del año anterior.

Utilidad de Operación

La utilidad de operación después de la amortización del crédito mercantil, creció 15.3%, a Ps. 1,064 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, de Ps. 922 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1997. El margen de utilidad de operación creció de 11.7% sobre ingresos totales en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1997, a 12.0% en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, no obstante la disminución en la utilidad de operación en el territorio de Buenos Aires. El incremento en la utilidad de operación se atribuye a los esfuerzos realizados por Coca-Cola FEMSA para mejorar la productividad y contener los gastos de operación, los cuales aumentaron 9.4% en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998.

FEMSA Empaques

Ventas Netas

FEMSA Empaques registró un crecimiento en ventas netas de 13.0% a Ps. 4,339 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, de Ps. 3,840 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1997. El crecimiento en las ventas se atribuye principalmente al crecimiento de 30.5% en los volúmenes de ventas de latas de bebidas, 8.5% en hermetapas, 40.5% en refrigeradores comerciales y 11.1% en cartón. Los ingresos por exportaciones aumentaron 45.8%, a Ps. 361 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, de Ps. 248 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1997, representando el 8.3% de las ventas netas, comparado con el 6.4% obtenido en el mismo período de 1997. En términos de dólares, los ingresos de exportación se incrementaron en 27.9% en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998. Las ventas intercompañías representaron el 53.3% de los ingresos totales de FEMSA Empaques durante los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, comparadas con 58.3% en el mismo período del año anterior. A pesar del beneficio obtenido por la devaluación del peso contra el dólar en los precios reales de algunos de los productos de FEMSA Empaques, los precios en general han continuado disminuyendo en términos reales comparados con el mismo período del año anterior.

Utilidad Bruta

El costo de ventas aumentó 12.8% en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, a Ps. 3,254 millones, de Ps. 2,885 millones en el mismo período de 1997, principalmente como resultado de mayores volúmenes. FEMSA Empaques también se vio impactada por el incremento en los costos de algunas materias primas, principalmente aluminio, acero y papel como consecuencia de la devaluación del peso contra el dólar. La utilidad bruta de FEMSA Empaques creció 11.8% a Ps. 1,105 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, de Ps. 989 millones para el mismo período del año anterior, y el margen de utilidad bruta disminuyó 0.2 puntos porcentuales a 25.5% de las ventas netas.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación se incrementaron en 30.9% en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, debido principalmente al crecimiento de la estructura de ventas para apoyar las crecientes ventas de FEMSA Empaques al mercado abierto doméstico y de exportación, así como mayores costos de flete absorbidos por FEMSA Empaques en favor de sus clientes, particularmente de FEMSA Cerveza. La utilidad de operación antes del pago de servicios corporativos aumentó 3.9% a Ps. 726 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998 de Ps. 699 millones para el mismo período del año anterior. El margen de utilidad de operación antes de servicios corporativos disminuyó a 16.6% de los ingresos totales en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, comparado con el 18.0% de los ingresos totales en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1997. La utilidad de operación después del pago de servicios corporativos aumentó 3.4% a Ps. 682 millones para los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, de Ps. 660 millones para los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1997.

FEMSA Comercio

Ventas Netas

Las ventas netas de FEMSA Comercio aumentaron 18.7% durante los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, a Ps. 2,929 millones, de Ps. 2,469 millones en el período comparable de 1997. El crecimiento en ventas se debió principalmente al incremento de 8.5% en el número total de tiendas, las cuales aumentaron de 855 a septiembre 30 de 1997, a 928 al 30 de septiembre de 1998. En los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, las ventas de tiendas maduras comparativas crecieron 12.4%, el tráfico promedio por tienda se incrementó en 13.2% y la compra promedio por cliente disminuyó 0.7%, todos comparados con el mismo período de 1997.

Utilidad Bruta

El costo de ventas aumentó 19.7% en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, a Ps. 2,215 millones, de Ps. 1,850 millones en el período comparable de 1997. FEMSA Comercio registró una utilidad bruta de Ps. 714 millones, 15.2% mayor a la utilidad bruta de Ps. 620 millones registrada en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1997. El margen bruto de FEMSA Comercio disminuyó ligeramente a 24.4% de las ventas netas en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, de 25.1% registrado en el mismo período de 1997. La disminución del margen bruto se debe principalmente a la estrategia de precios implementada por FEMSA Comercio, que consiste en marcar los productos de alta frecuencia a precios similares a los de los supermercados, con el objetivo de incrementar el tráfico de clientes y consecuentemente, las ventas.

Utilidad de Operación

FEMSA Comercio registró una utilidad de operación antes del pago de servicios corporativos de Ps. 92 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, 54.7% superior a la utilidad de operación de Ps. 59 millones registrada en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1997. El margen de utilidad de operación antes de servicios corporativos creció a 3.1% en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, del 2.4% registrado en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1997. La utilidad de operación después del pago de servicios corporativos para los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, aumentó 59.9% a Ps. 83 millones, de Ps. 52 millones para el mismo período del año anterior.

Amoxxo

A septiembre 30 de 1998, 25 centros de servicio se encontraban en operación. En los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, Amoxxo registró ventas netas de Ps. 616 millones, comparadas con Ps. 180 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1997. Amoxxo generó una pérdida de operación de Ps. 32 millones en los primeros nueve meses de 1998, comparada con una pérdida de operación de Ps. 21 millones en el mismo período del año anterior. Amoxxo espera que el ritmo de crecimiento de centros de servicio para el resto de 1998 sea más lento que el originalmente planeado, mientras que la administración del negocio analiza la rentabilidad de los centros de servicio actualmente en operación y los niveles de inversión e ingresos proyectados para futuros sitios.

FEMSA Logística

Las operaciones de logística registraron ventas netas de Ps. 591 millones para los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998 y generaron una utilidad de operación de Ps. 47.5 millones para el mismo período. Los objetivos de FEMSA Logística son los de intensificar esfuerzos para reducir los costos de transportación a sus afiliadas y permitir que estas afiliadas se enfoquen únicamente en la producción, mercadotecnia y ventas de sus respectivos productos, así como en mejorar la rentabilidad sobre los activos netos de operación. Se espera que FEMSA Logística empiece a satisfacer los requerimientos de transportación primaria de FEMSA Empaques y de OXXO en el corto plazo.

FEMSA Consolidado - Utilidad Neta

Utilidad Neta

No obstante el crecimiento de 17.2% en la utilidad de operación consolidada, la utilidad neta consolidada de FEMSA en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998 disminuyó 60.9%, a Ps. 892 millones, de Ps. 2,280 millones generados en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1997. Esta disminución se debió principalmente al gasto generado por el resultado integral de financiamiento, otros gastos y a una mayor tasa efectiva.

En los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, FEMSA registró un costo integral de financiamiento de Ps. 1,587 millones, comparado con un ingreso integral de financiamiento de Ps. 151 millones en el mismo período del año de 1997, principalmente como resultado del importante incremento en la pérdida cambiaria consolidada. Lo anterior resultó de una devaluación del peso contra el dólar de 26.4% para los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, comparada con una apreciación de 1.7% para los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1997, la cual generó una pérdida cambiaria de Ps. 1,579 millones para los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, comparada con una ganancia cambiaria de Ps. 61 millones para el mismo período de 1997. Los gastos financieros netos disminuyeron 13.7% a Ps. 581 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, de Ps. 673 millones en el mismo período de 1997, atribuibles al efecto neto de la disminución del 12.6% en los gastos financieros, que ascendieron a Ps. 805 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, de Ps. 921 millones en el mismo período de 1997, reflejando la reducción de la deuda total, y una disminución de 9.7% en ingresos financieros a Ps. 224 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, de Ps. 248 millones en el mismo período del año anterior. La ganancia por posición monetaria fue de Ps. 573 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, comparada con Ps. 763 millones en el mismo período de 1997.

FEMSA registró otros gastos consolidados de Ps. 273 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, comparados con otros gastos consolidados de Ps. 158 millones en el período comparable del año anterior. El incremento en otros gastos consolidados se atribuye principalmente a los gastos relacionados con la Oferta de Intercambio, pagos por indemnizaciones principalmente de Coca-Cola FEMSA Buenos Aires y FEMSA Cerveza y a la baja de activos de Coca-Cola FEMSA.

FEMSA y sus subsidiarias registraron impuestos sobre la renta, impuestos sobre activos y gastos por reparto de utilidades a los trabajadores de Ps. 577 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, comparados con Ps. 554 millones registrados en el mismo período de 1997. La tasa efectiva de impuestos de la Compañía para los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998 fue superior a la del período comparable del año anterior, como resultado de: (i) una menor utilización de pérdidas fiscales, y (ii) una reducción en la utilidad antes de impuestos sobre la renta, impuestos sobre activos y reparto de utilidades a los trabajadores, debido principalmente al hecho de que una parte importante de la pérdida cambiaria se generó en el nivel de las diferentes compañías tenedoras y no pudo ser compensada contra utilidades fiscales. Sin embargo, se registró un incremento en el beneficio fiscal derivado de la consolidación fiscal en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, que ascendió a Ps. 234 millones, comparado con un beneficio de Ps. 212 millones registrados en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1997. Si las subsidiarias de la Compañía continúan generando utilidades y el peso no se deprecia importantemente, la Compañía espera que su tasa efectiva disminuya.

La utilidad neta mayoritaria disminuyó 60.2%, a Ps. 404 millones en los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998, comparada con Ps.1,014 millones para el mismo período de 1997. La utilidad neta mayoritaria se vio afectada adicionalmente por el hecho de que el resultado integral de financiamiento atribuible a la deuda de la compañía controladora es asignado únicamente al interés mayoritario.

TRANSACCIONES Y EVENTOS RECIENTES

FEMSA

El número total de acciones en circulación de FEMSA al 30 de septiembre de 1998 es de 5,341,340,450 acciones. El promedio ponderado del número de acciones en circulación calculado de acuerdo con Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México para el período terminado el 30 de septiembre de 1998 es de 4,048,229,910 acciones. Este promedio ponderado refleja la serie de transacciones realizadas por la Compañía durante el primer semestre de 1998.

Para efectos de calcular la utilidad por unidad vinculada FEMSA UBD, el número total de unidades a ser considerado es de 1,068,268,090 (número total de acciones en circulación dividido entre 5). Para efectos de calcular la utilidad por ADR, el número total de ADRs a ser considerado es de 106,826,809 (número total de acciones en circulación dividido entre 50).

En agosto 7 de 1998, expiró una oferta (la “Oferta de Compra”) para adquirir todas y cada una de las 7,245,955 acciones en circulación Serie B de Emprex que no eran propiedad de FEMSA (incluyendo aquellas acciones de Emprex representadas por ADRs). Una total de 7,121,153 millones de acciones Serie B de Emprex fueron entregadas, lo cual resultó en FEMSA siendo el tenedor de 541,255,198 acciones Serie B (99.98%) de un total de 541,380,000 acciones Serie B en circulación de Emprex.

En relación con la Oferta de Compra, FEMSA incurrió en un pasivo de US\$38.8 millones para adquirir las acciones de Emprex. El principal y los intereses de este préstamo son pagaderos en agosto 10 de 1999 y la tasa contractual es de 6.65%.

Con fecha valor julio 1º. de 1998, los servicios corporativos pagados por FEMSA Cerveza a FEMSA y a Labatt aumentaron al 2.0% de las ventas totales de FEMSA Cerveza con el objetivo de compensar más adecuadamente a FEMSA y a Labatt por el nivel de servicios administrativos proporcionados a FEMSA Cerveza. FEMSA espera que, dado el nivel actual de servicios corporativos cargados a FEMSA Cerveza, FEMSA Empaques y FEMSA Comercio, éstos deberían cubrir los gastos de operación incurridos por la compañía tenedora, incluyendo todos los gastos operativos del personal corporativo. Para propósitos de comparación del desempeño operativo de FEMSA Cerveza, FEMSA Empaques y FEMSA Comercio, favor de referirse a la utilidad de operación antes de servicios corporativos.

Durante el mes de septiembre, FEMSA adquirió 339,731 opciones europeas de compra de ADRs de FEMSA a un plazo de cinco años (call spread options), por una prima de \$1.5 millones de dólares.

EMPREX

En mayo 27 de 1998, Emprex pagó \$200 millones de dólares de su crédito sindicado por \$350 millones de dólares, con recursos del cierre del ejercicio de la opción de Labatt para adquirir un 8% adicional de FEMSA Cerveza por un precio total de \$221.6 millones de dólares.

FEMSA Cerveza

A finales de 1997, FEMSA Cerveza inició el proceso de lanzamiento de Sol en los Estados Unidos, su mercado de exportación más importante. Sol actualmente está presente en San Diego y Los Angeles, California y en Austin, Texas. El lanzamiento aún está en su etapa preliminar y FEMSA Cerveza espera que el proceso de lanzamiento sea gradual a nivel nacional en los próximos años.

Las exportaciones al mercado de los Estados Unidos por los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1998 aumentaron 22.0%. Las ventas de XX Lager, Tecate y Dos Equis Ambar en este mercado crecieron 33%, 27% y 25%, respectivamente, comparadas con los nueve meses terminados en septiembre 30 de 1997.

El crecimiento de las exportaciones a los Estados Unidos, continúa siendo compensado por la disminución de embarques a Sudamérica, especialmente a Brasil. FEMSA Cerveza continúa exportando Sol al mercado brasileño debido al valor que demanda esta marca; sin embargo, Sol ha estado creciendo a partir de una base muy baja en este país.

En enero de 1998, una afiliada de Interbrew inició la distribución de los productos de FEMSA Cerveza en Francia, el cual es uno de los principales países donde FEMSA Cerveza ha estado enfocando sus esfuerzos en los últimos dos años.

En abril de 1998, la planta de FEMSA Cerveza en Monterrey incrementó su capacidad de producción en un promedio mensual de 100,000 hectolitros, alcanzando un total de 550,000 hectolitros, a través de mejoras e incrementos en su capacidad de embotellado. Se espera que la planta de Tecate aumente su capacidad de producción promedio mensual durante el cuarto trimestre de 1998 en 54,000 hectolitros para alcanzar 315,000 hectolitros, a través de mejoras en sus procesos de producción e incrementos en la capacidad de embotellado. Como resultado, FEMSA Cerveza espera incrementar su capacidad de producción promedio anual en 1,848 miles de hectolitros para llegar a 29,976 miles de hectolitros a finales de 1998.

Coca-Cola FEMSA

En 1997 Coca-Cola FEMSA inició la construcción de una nueva planta en Toluca, México cerca del territorio del Valle de México. La planta de Toluca fue diseñada para instalar hasta 12 líneas de embotellado. La Fase Uno de este proyecto originalmente contemplaba tres líneas de presentaciones PET no-retornables, con equipo de soplado de envases PET en línea. Sin embargo, debido a la fuerte demanda de volumen, una cuarta línea fue agregada al plan de la Fase Uno. Se espera que la Fase Uno de Toluca esté operando a capacidad a finales del cuarto trimestre de 1998. Adicionalmente, en julio 18 de 1998, la planta de presentaciones de vidrio retornable La Viga, en el Valle de México, fue cerrada de acuerdo con los programas de eficiencias productivas de Coca-Cola FEMSA. Se espera que la capacidad instalada de la planta cerrada sea absorbida por la planta de Toluca.

En junio 1º. de 1998, Coca-Cola FEMSA Buenos Aires, S.A. (“KOFBA”), una subsidiaria de Coca-Cola FEMSA, entró en un acuerdo de franquicia que cubre el área de Pilar, anteriormente servida por Refrescos del Norte, S.A. (RDN). El área de Pilar, localizada en el norte de Buenos Aires, cubre las regiones de Zárate, Campana, Pilar, Luján y Baradero, con una población estimada de un millón de habitantes, y un consumo per capita anual de 200 (unidades de 8 onzas). Se estima que el volumen de ventas anual para el área de Pilar sea de 8 millones de cajas unidad.

Coca-Cola FEMSA Buenos Aires construyó un centro de distribución en la provincia del Pilar en Buenos Aires y adquirió 46 camiones para servir mejor el área. Adicionalmente, KOFBA ha invertido en botellas, cajas, material promocional (incluyendo refrigeradores) y sistemas de información para transformar la operación a los estándares de Coca-Cola FEMSA. La inversión para el comienzo de operaciones en el área del Pilar para 1998 es de aproximadamente 6.7 millones de pesos argentinos.

Coca-Cola FEMSA incrementó los precios en la franquicia mexicana durante el segundo y el tercer trimestres de 1998. En el Valle de México, los precios subieron aproximadamente 5% (promedio ponderado) en abril y 9.5% en agosto. En el territorio del Sureste, los precios subieron aproximadamente 8.5% (promedio ponderado) en mayo.

FEMSA Empaques

En junio de 1998, Sílices de Veracruz, S.A. de C.V. (“Sivesa”), la subsidiaria de FEMSA Empaques responsable de las operaciones de envases de vidrio, inició, por primera vez, la venta de botellas de vidrio al mercado abierto doméstico. En el pasado, toda la producción de Sivesa había sido vendida a FEMSA Cerveza y a Coca-Cola FEMSA por las insuficiencias de capacidad históricas de Sivesa y la demanda de botellas de FEMSA Cerveza y Coca-Cola FEMSA. Sivesa incrementó la capacidad instalada de su planta aproximadamente en 360 millones de botellas anuales a finales de 1996. Sivesa comenzó a buscar clientes externos como resultado de esta capacidad adicional y la expectativa de una disminución en la demanda de envases de vidrio por parte de Coca-Cola FEMSA a raíz del inicio de las operaciones de la planta de Toluca, la cual estará dedicada exclusivamente a la producción de presentaciones PET no-retornables.

En marzo de 1998, Labatt Brewing Company de Canadá (“Labatt”) le otorgó a Fábricas Monterrey, S.A. de C.V. (“Famosa”), la subsidiaria de FEMSA Empaques, que produce hermetapas y tapas de lata, un contrato para proveer el 100% de las hermetapas requeridas por Labatt en el mercado canadiense por un período de tres años, a partir de junio de 1998.

FEMSA Empaques ha sido capaz de minimizar el impacto de la reducción de la demanda de hermetapas de sus empresas afiliadas de bebidas, a través de ventas a un creciente número de clientes del mercado abierto nacional y de exportación. Otros importantes clientes de exportación de hermetapas incluyen a Miller Brewing Company, Latrobe Brewing Company LLC y Coors Brewing Company.

En junio de 1998, FEMSA Empaques cerró un contrato para proveer el 65% de las necesidades de latas de bebidas requeridas por Industria Enlatadora de Querétaro, S.A. (“IEQSA”), una cooperativa en la cual Coca-Cola FEMSA tiene una participación minoritaria, por un período de cinco años iniciando en enero de 1999. Actualmente, FEMSA Empaques es el proveedor de aproximadamente el 45% de los requerimientos de IEQSA.

En abril de 1998, FEMSA Empaques inició el abastecimiento del 100% de las latas requeridas por las operaciones mexicanas de Cadbury Schweppes de acuerdo con un contrato de abastecimiento por un año.

FEMSA es la compañía integrada de bebidas 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; y Desarrollo Comercial FEMSA, que opera los centros de servicio OXXO Express, consistentes en gasolineras adyacentes a tiendas de conveniencia. FEMSA Logística es la empresa creada recientemente para proveer servicios de transportación primaria y logística a empresas filiales.

Todas las cifras en este reporte han sido reexpresadas en pesos constantes de cierre al 30 de septiembre de 1998; por lo tanto, todos los incrementos porcentuales están expresados en términos reales. La reexpresión se determinó como sigue:

1. Para los resultados generados por las operaciones en México, usando factores derivados del Índice Nacional de Precios al Consumidor.

2. Para los resultados generados por las operaciones en Buenos Aires, Argentina:

- *para convertir las cifras de 1998 en pesos mexicanos se utilizó el tipo de cambio del 30 de septiembre de 1998 (Ps. 10.1736 por peso argentino), y*
- *para las cifras de 1997 se utilizaron factores derivados del Índice Nacional de Precios al Consumidor en Argentina y posteriormente se convirtieron a pesos mexicanos utilizando el tipo de cambio al 30 de septiembre de 1998 (Ps. 10.1736 por peso argentino)*

- siguen 5 páginas de tablas -

FEMSA Y SUBSIDIARIAS (Anteriormente VISA y Subsidiarias)

INFORMACION FINANCIERA SELECTA DE LAS SUBSIDIARIAS DE FEMSA

Millones de pesos del 30 de septiembre de 1998

	Por el tercer trimestre de:		Acumulada al 30 de septiembre de:	
	1998	1997	1998	1997
Ventas Netas				
FEMSA Cerveza	3,229.7	3,024.0	9,207.0	8,550.1
Coca-Cola FEMSA	3,040.4	2,683.3	8,805.2	7,787.4
FEMSA Empaques	1,496.1	1,299.8	4,339.1	3,839.5
FEMSA Comercio	1,034.9	899.1	2,929.2	2,468.6
FEMSA Consolidado	8,124.0	7,124.0	23,240.0	20,249.0
Ingresos Totales				
FEMSA Cerveza	3,241.7	3,045.7	9,247.3	8,614.3
Coca-Cola FEMSA	3,061.3	2,706.6	8,886.4	7,863.5
FEMSA Empaques	1,504.9	1,314.8	4,359.8	3,873.1
FEMSA Comercio	1,034.5	900.2	2,929.2	2,470.2
FEMSA Consolidado	8,177.0	7,180.0	23,408.0	20,422.0
Utilidad Bruta				
FEMSA Cerveza	1,645.9	1,512.5	4,695.2	4,003.7
Coca-Cola FEMSA	1,387.0	1,220.5	3,931.1	3,531.6
FEMSA Empaques	385.2	330.7	1,105.4	988.5
FEMSA Comercio	258.3	221.3	714.3	620.1
FEMSA Consolidado	3,732.0	3,280.0	10,603.0	9,135.0
Gastos de Operación				
FEMSA Cerveza	1,057.3	948.9	3,138.2	2,667.8
Coca-Cola FEMSA	958.7	843.5	2,783.2	2,544.8
FEMSA Empaques	125.7	95.2	379.6	290.0
FEMSA Comercio	219.0	196.4	622.7	560.9
FEMSA Consolidado	2,505.0	2,164.0	7,319.0	6,332.0
Utilidad de Operación antes de Servicios Corporativos				
FEMSA Cerveza	615.8	578.1	1,602.6	1,374.0
Coca-Cola FEMSA	399.2	355.5	1,063.6	922.3
FEMSA Empaques	259.5	235.5	725.8	698.5
FEMSA Comercio	39.3	24.9	91.6	59.2
FEMSA Consolidado	1,254.0	1,130.0	3,329.0	2,841.0
Servicios Corporativos				
FEMSA Cerveza	60.2	24.7	112.7	71.3
FEMSA Empaques	15.0	13.1	43.6	38.7
FEMSA Comercio	3.1	2.8	8.8	7.4
Utilidad de Operación				
FEMSA Cerveza	555.6	553.4	1,489.9	1,302.7
Coca-Cola FEMSA	399.2	355.5	1,063.6	922.3
FEMSA Empaques	244.5	222.4	682.2	659.8
FEMSA Comercio	36.2	22.1	82.8	51.8
FEMSA Consolidado	1,254.0	1,130.0	3,329.0	2,841.0

FEMSA Y SUBSIDIARIAS (Anteriormente VISA y Subsidiarias)

INFORMACION FINANCIERA SELECTA DE LAS SUBSIDIARIAS DE FEMSA

Millones de pesos del 30 de septiembre de 1998

	Por el tercer trimestre de:		Acumulada al 30 de septiembre de:	
	1998	1997	1998	1997
% Utilidad bruta a ventas netas				
FEMSA Cerveza	51.0	50.0	51.0	46.8
Coca-Cola FEMSA	45.6	45.5	44.6	45.4
FEMSA Empaques	25.7	25.4	25.5	25.7
FEMSA Comercio	25.0	24.6	24.4	25.1
FEMSA Consolidado	45.9	46.0	45.6	45.1
% Ut. de operación a ingresos totales antes de Servicios Corporativos				
FEMSA Cerveza	19.0	19.0	17.3	16.0
Coca-Cola FEMSA	13.0	13.1	12.0	11.7
FEMSA Empaques	17.2	17.9	16.6	18.0
FEMSA Comercio	3.8	2.8	3.1	2.4
FEMSA Consolidado	15.3	15.7	14.2	13.9
% Ut. de operación a ingresos totales				
FEMSA Cerveza	17.1	18.2	16.1	15.1
Coca-Cola FEMSA	13.0	13.1	12.0	11.7
FEMSA Empaques	16.2	16.9	15.6	17.0
FEMSA Comercio	3.5	2.5	2.8	2.1
FEMSA Consolidado	15.3	15.7	14.2	13.9
Depreciación				
FEMSA Cerveza	163.4	140.9	486.3	441.0
Coca-Cola FEMSA	88.8	77.4	273.3	241.4
FEMSA Empaques	56.7	51.2	156.9	150.5
FEMSA Comercio	9.3	7.0	28.1	21.7
FEMSA Consolidado	330.4	279.4	985.2	861.7
Inversiones en activo fijo				
FEMSA Cerveza	285.1	242.0	726.1	564.0
Coca-Cola FEMSA	209.2	390.5	788.2	645.5
FEMSA Empaques	114.3	140.8	366.3	464.8
FEMSA Comercio	20.8	14.6	47.8	50.6
FEMSA Consolidado	679.0	773.0	2,151.0	1,834.0

FEMSA Y SUBSIDIARIAS (Antes VISA y Subsidiarias)

Estado de Resultados

Millones de Pesos de septiembre 30 de 1998

	Por el tercer trimestre de:			Acumulados al 30 de septiembre de:		
	1998	1997	% Var	1998	1997	% Var
Emprex:						
Utilidad neta mayoritaria	80	788	(89.8)	549	1,563	(64.9)
Utilidad neta minoritaria	141	225	(37.3)	365	482	(24.3)
Utilidad neta de Emprex	221	1,013	(78.2)	914	2,045	(55.3)
FEMSA Holding:						
Costo integral de financiamiento	75	(39)	(292.3)	127	(64)	(298.4)
Otros gastos (productos)	12	46	(73.9)	124	32	287.5
Impuestos	(105)	(48)	118.8	(234)	(212)	10.4
Utilidad neta de la Holding	17	39	(56.4)	(22)	235	(109.4)
Utilidad neta total	238	1,052	(77.4)	892	2,280	(60.9)
Utilidad mayoritaria	103	425	(75.8)	404	1,014	(60.2)
Utilidad minoritaria	135	627	(78.5)	488	1,266	(61.5)

FEMSA Cerveza

Los volúmenes del tercer trimestre y acumulados a septiembre 30 de 1998 y 1997, fueron los siguientes:

(Miles de hectolitros)	Por el tercer trimestre de:			Acumulados al 30 de septiembre de:		
	1998	1997	%Var	1998	1997	%Var
Nacional:						
Retornable	4,519	4,384	3.1	12,701	12,493	1.7
No retornable	152	180	(15.6)	497	554	(10.3)
Lata	916	826	10.9	2,677	2,491	7.5
Total nacional	5,587	5,390	3.7	15,875	15,538	2.2
Exportación	382	327	16.8	1,034	947	9.2
Total volumen	5,969	5,717	4.4	16,909	16,485	2.6
Ventas exportación (M. Ps.)	272.4	221.1	23.2	620.4	495.0	25.3

Coca-Cola FEMSA

Los volúmenes de venta del tercer trimestre y los nueve meses al 30 de septiembre de 1998 y 1997, fueron los siguientes:

Volumen de ventas

(millones de cajas unidad)

	Por el tercer trimestre de:			Acumulados al 30 de septiembre de:		
	1998	1997	%Var	1998	1997	%Var
Valle de México	75.1	67.9	10.6	225.2	186.7	20.6
Sureste	22.4	19.3	16.1	66.0	54.8	20.4
Tapachula	2.1	-		6.9	-	
Buenos Aires	26.9	24.7	8.9	79.3	73.1	8.5
Nuevo territorio en Buenos Aires	1.8	-		2.0	-	
Total	128.3	111.9	14.7	379.4	314.6	20.6

Mezcla por Presentación (%)

(Retornable / No retornable)

	Por el tercer trimestre de:		Acumulada al 30 de septiembre de:	
	1998	1997	1998	1997
Valle de México	48/52	56/44	50/50	57/43
Sureste	61/39	68/32	61/39	71/29
Buenos Aires	10/90	29/71	12/88	34/66

Mezcla por producto (%)

(Colas/Sabores/Agua)

	Por el tercer trimestre de:		Acumulada al 30 de septiembre de:	
	1998	1997	1998	1997
Valle de México	76/22/02	77/22/01	75/23/02	79/21/00
Sureste	71/23/06	72/24/04	71/23/06	73/25/02
Buenos Aires	80/19/01	78/20/02	77/22/01	76/22/02

FEMSA Empaque

Volumenes por el tercer trimestre y acumulados al 30 de septiembre de 1998 y 1997, fueron los siguientes:

(Millones de piezas)	Por el tercer trimestre de:			Acumulados al 30 de septiembre de:		
	1998	1997	%Var	1998	1997	%Var
Latas	819	674	21.5	2,217	1,699	30.5
Hermetapas	2,896	2,617	10.7	8,161	7,525	8.5
Botellas	260	236	10.2	743	701	6.0
Cajas de cartón (m. m2)	24,454	22,345	9.4	71,297	64,198	11.1
Refrigeradores (miles)	27	25	8.0	118	84	40.5
Etiquetas	982	821	19.6	2,744	2,452	11.9
Exportaciones						
Latas	61	86	(29.1)	220	160	37.5
Hermetapas	922	613	50.4	2,394	1,755	36.4
Tapa ecológica	91	136	(33.1)	355	395	(10.1)
Ventas exportación (Milliones Pesos)	129.5	131.9	(1.8)	360.8	247.5	45.8

Porcentaje de ventas por cliente:

	Por el tercer trimestre de:			Acumulados al 30 de septiembre de:		
	1998	1997	Var. p.p.	1998	1997	Var. p.p.
Ventas intercompañías	52.0	57.5	(5.5)	53.3	58.3	(5.0)
FEMSA Cerveza	36.1	37.8	(1.7)	34.0	39.5	(5.5)
Coca-Cola FEMSA	15.9	19.7	(3.8)	19.3	18.8	0.5
Ventas a terceros	48.0	42.5	5.5	46.7	41.7	5.0
Nacional	40.8	33.2	7.6	38.4	34.0	4.4
Exportación	7.2	9.3	(2.1)	8.3	7.7	0.6

FEMSA Comercio

Indicadores operativos al tercer trimestre y acumulados al 30 de septiembre de 1998 y 1997 de:

	Por el tercer trimestre de:			Acumulados al 30 de septiembre de:			
	1998	1997	Var	1998	1997	Var	
Tiendas totales				928	855	73.0	
Nuevas tiendas				51	55	(4.0)	
Tiendas cerradas				15	23	(8.0)	
Tiendas maduras comparativas:							
Ventas promedio (Miles Ps.)		361.9	329.8	9.8%	343.1	305.1	12.4%
Ticket promedio por cliente (Ps.)		14.8	15.0	-1.0%	14.9	15.0	-0.7%
Tráfico promedio por tienda (miles)		24.4	22.0	10.9%	23.0	20.3	13.2%