



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 SEGUNDO TRIMESTRE DE 1999
Y PRIMER SEMESTRE DE 1999**

EL MÁRGEN DE OPERACIÓN CONSOLIDADO PARA EL SEGUNDO TRIMESTRE AUMENTÓ
1.0 PUNTOS PORCENTUALES ALCANZANDO EL RÉCORD HISTÓRICO DE 17.5%

Monterrey, México (julio 28, 1999) -Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V. (“FEMSA” ó la “Compañía”) (BMV: FEMSA UBD) reportó hoy ventas netas consolidadas por 9,500 millones de pesos para el segundo trimestre y de 17,497 millones de pesos para el primer semestre terminados el 30 de junio de 1999, un incremento de 3.6% y 5.5%, respectivamente sobre los períodos comparables del año anterior. El crecimiento de los ingresos consolidados fue impulsado por el crecimiento de los ingresos en tres de las principales divisiones de FEMSA –FEMSA Cerveza, Coca-Cola FEMSA y FEMSA Comercio. El crecimiento de los ingresos en las divisiones de bebidas se debe principalmente al crecimiento del volumen y mejores precios, particularmente para las operaciones de la Compañía en México. En la división comercial, el crecimiento de los ingresos resultó del aumento en el número de tiendas y de las ventas de tiendas maduras comparativas.

La Compañía registró una utilidad de operación consolidada de 1,668 millones de pesos para el segundo trimestre y de 2,541 millones de pesos para el primer semestre de 1999, un incremento de 9.9% y 10.0% comparado con los mismos períodos del año anterior, respectivamente. El margen de operación consolidado para el segundo trimestre de 1999 alcanzó el récord histórico de 17.5%, un aumento de 1.0 puntos porcentuales sobre el margen de operación consolidado de 16.5% alcanzado en el segundo trimestre de 1998. El margen de operación de la Compañía para el primer semestre de 1999 alcanzó 14.5%, 0.7 puntos porcentuales sobre el del primer semestre de 1998.

José Antonio Fernández Carbajal, director general de la Compañía dijo, “Estoy muy satisfecho con los resultados financieros y operativos obtenidos a la fecha. Los resultados del segundo trimestre son consecuencia de un mejor desempeño de la economía mexicana y, consecuentemente, de una mayor confianza por parte del consumidor; costos de materias primas estables, aunado a un desempeño favorable del tipo de cambio, pero más importantemente, reflejan nuestro continuo esfuerzo y compromiso para mejorar la rentabilidad de la Compañía. Durante los últimos cuatro años, nos hemos enfocado en mejorar la rentabilidad operativa de todos nuestros negocios, con resultados muy alentadores. Creemos, sin embargo, que existen importantes oportunidades para continuar mejorando y seguiremos trabajando con el mismo compromiso y consistencia demostrados hasta ahora para lograrlo”.

La utilidad neta mayoritaria aumentó 119.0% ascendiendo a 690 millones de pesos en el segundo trimestre de 1999, y 298.8% en el primer semestre de 1999, alcanzando 1,340 millones de pesos, comparado con los mismos períodos del año anterior. La utilidad por unidad para el segundo trimestre y primer semestre de 1999 fue de 0.646 pesos y de 1.254 pesos, respectivamente. La utilidad por ADR para el segundo trimestre y primer semestre de 1999 fue de 0.684 dólares y de 1.328 dólares, respectivamente.

RESULTADOS FINANCIEROS NO AUDITADOS PARA EL SEGUNDO TRIMESTRE Y PRIMER SEMESTRE TERMINADOS EL 30 DE JUNIO DE 1999, COMPARADOS CON EL SEGUNDO TRIMESTRE Y PRIMER SEMESTRE TERMINADOS EL 30 DE JUNIO 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 segundo trimestre y primer semestre terminados el 30 de Junio de 1999, comparada con el segundo trimestre y primer semestre terminados el 30 de Junio de 1998. FEMSA es una empresa tenedora, cuyas principales actividades están agrupadas bajo las siguientes compañías tenedoras 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 administración logística a FEMSA Cerveza, a Coca-Cola FEMSA y a FEMSA Empaques.

Todas las cifras en este reporte están expresadas en pesos mexicanos constantes ("peso" ó "Ps.") con poder adquisitivo al 30 de junio 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 mexicanos, con base en el tipo de cambio del Banco de México al 30 de junio de 1999, de 9.41 pesos por peso argentino.

Resultados Financieros No Auditados para el Segundo Trimestre terminado el 30 de Junio de 1999, comparados con el Segundo Trimestre terminado el 30 de Junio de 1998

FEMSA Consolidado

Ingresos Totales/Ventas Netas

Los ingresos totales de FEMSA crecieron 3.5% a 9,536 millones de pesos y las ventas netas consolidadas aumentaron 3.6% a 9,500 millones de pesos. El crecimiento de las ventas netas se atribuyó al crecimiento de las ventas registrado por FEMSA Cerveza, Coca-Cola FEMSA y FEMSA Comercio. FEMSA Empaques, por su parte, ha experimentado bajos crecimientos ó contracciones de volumen, así como menores precios en algunos de sus principales productos, lo cual ha impactado negativamente sus ventas netas y consecuentemente, el crecimiento de las ventas netas consolidadas de FEMSA.

CAMBIO % VENTAS NETAS	
2° Trim. 99 vs. 2° Trim. 98	
FEMSA Consolidado	3.6
FEMSA Cerveza	3.1
Coca-Cola FEMSA	5.1
FEMSA Empaques	(8.0)
FEMSA Comercio	16.9

Utilidad Bruta

La utilidad bruta consolidada de FEMSA aumentó 10.0% a 4,662 millones de pesos, representando un margen bruto consolidado de 49.1%, un crecimiento de 2.9 puntos porcentuales. La expansión en el margen bruto consolidado se debió al crecimiento del margen bruto de FEMSA Cerveza y Coca-Cola FEMSA, reflejando (i) menores costos variables, (ii) una mayor absorción de costos fijos durante el trimestre por las subsidiarias de bebidas como resultado de una mayor utilización de las capacidades instaladas de producción y de distribución, debido a factores estacionales (la industria de bebidas en general experimenta una mayor demanda durante los meses de verano) y (iii) al efecto favorable de la apreciación del peso contra el dólar en términos reales de los últimos doce meses sobre los costos denominados en dólares. La depreciación del peso contra el dólar en los últimos doce meses fue de 4.8%, comparada con una tasa inflacionaria de 17.8% para el mismo período.

Utilidad de Operación

CAMBIO % EN UTILIDAD DE OPERACIÓN	
Antes del pago de servicios corporativos	
2° Trim. 99 vs. 2° Trim. 98	
FEMSA Consolidado	9.9
FEMSA Cerveza	14.5
Coca-Cola FEMSA	16.5
FEMSA Empaques	(12.3)
FEMSA Comercio	59.7

Los gastos de operación consolidados de FEMSA incluyendo la amortización de crédito mercantil, aumentaron 9.5% a 3,002 millones de pesos. Como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de operación aumentaron 1.7 puntos porcentuales a 31.5%. Algunas de las subsidiarias de FEMSA pagan servicios corporativos a Emprex por servicios proporcionados por Emprex a dichas subsidiarias. Los servicios corporativos pagados por las subsidiarias de FEMSA a Emprex 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

ascendieron a 25 millones de pesos en el segundo trimestre de 1999. La utilidad de operación consolidada de FEMSA (después de la participación en los resultados de compañías asociadas) aumentó 9.9% a 1,668 millones de pesos, impulsados principalmente por el incremento en la utilidad de operación registrado por FEMSA Cerveza, Coca-Cola FEMSA y FEMSA Comercio. El margen de operación consolidado aumentó 1.0 puntos porcentuales a 17.5% de los ingresos totales consolidados.

Utilidad Neta

La utilidad neta consolidada de FEMSA aumentó 54.1% de 614 millones de pesos registrados en el segundo trimestre de 1998, a 946 millones de pesos en el segundo trimestre de 1999. El incremento en la utilidad neta se debió a (i) el crecimiento de 9.9% de la utilidad de operación consolidada, (ii) una disminución de 79.3% en el resultado integral de financiamiento consolidado como consecuencia de un menor gasto por intereses

netos y la ganancia cambiaria registrada como resultado de la apreciación del peso contra el dólar durante el segundo trimestre de 1999, y (iii) la reducción de 50.4% en otros gastos. El término “resultado integral de financiamiento” se refiere al efecto financiero combinado de (i) gastos ó ingresos por intereses netos, (ii) ganancias ó pérdidas cambiarias netas, y (iii) ganancias ó pérdidas por posición monetaria netas.

En el segundo trimestre de 1999, FEMSA registró un ingreso integral de financiamiento consolidado de 82 millones de pesos, comparado con un costo integral de financiamiento de 396 millones de pesos en el mismo período de 1998. Durante el segundo trimestre de 1999, los gastos financieros netos consolidados disminuyeron 36.6% a 130 millones de pesos comparados con el segundo trimestre de 1998. Esta contracción se atribuyó a (i) la disminución del 13.5% de los gastos por intereses reflejando (a) una reducción en el saldo promedio de la deuda total consolidada de la Compañía por aproximadamente 58.7 millones de dólares durante el segundo trimestre de 1999 comparado con el segundo trimestre de 1998, y (b) el 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) un incremento del 55.1% en los ingresos financieros como resultado de mayores tasas de interés sobre las inversiones en pesos, comparadas con el segundo trimestre de 1998. Como resultado de la apreciación de 0.95% del peso en el segundo trimestre de 1999, FEMSA registró una ganancia cambiaria consolidada de 14 millones de pesos, comparada con una depreciación de 5.5% en el segundo trimestre de 1998 la cual generó una pérdida cambiaria consolidada por 326 millones de pesos. La ganancia por posición monetaria ascendió a 34 millones de pesos, una disminución de 74.8%, reflejando principalmente una menor tasa de inflación en el segundo trimestre de 1999 en comparación con el segundo trimestre de 1998.

FEMSA y sus subsidiarias registraron impuestos sobre la renta, impuestos sobre activos y participación de utilidades a los trabajadores, por 575 millones de pesos, un incremento de 52.5%. El incremento en impuestos sobre la renta, impuestos sobre activos y participación de utilidades a los trabajadores, fue resultado del aumento de los ingresos gravables, debido principalmente al crecimiento en la utilidad de operación y la ganancia registrada en el resultado integral de financiamiento consolidado. La tasa impositiva promedio de la Compañía para el segundo trimestre de 1999 fue 37.8%, comparada con una tasa impositiva promedio de 38.0% para el mismo período de 1998.

La utilidad neta mayoritaria consolidada ascendió a 690 millones de pesos para el segundo trimestre de 1999, comparada con 315 millones de pesos registrados en el segundo trimestre de 1998. La utilidad neta mayoritaria por unidad FEMSA UBD¹ ascendió a 0.646 pesos, comparada con 0.295 pesos para el mismo período del año anterior.

2° Trimestre	Por Unidad ¹		Por ADR ²	
	Pesos		Dólares ³	
	1999	1998	1999	1998
Util. Neta mayoritaria	0.646	0.295	0.684	0.278
Flujo Bruto de Operación ⁴	2.205	1.999	2.336	1.903

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 junio de 1999 fue 1,068,268,090, equivalente al número total de acciones en circulación al 30 de junio 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 junio 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 junio de 1999, de 9.4430 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 junio de 1998, de 8.9850 pesos por dólar.

⁴El flujo de operación se calcula sumando a la utilidad de operación, la depreciación y amortización, y los demás cargos virtuales.

El incremento en la utilidad neta mayoritaria se atribuye a (i) el aumento de 54.1% 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 en el mes de abril y hasta mayo 11 de 1998, representaba una participación minoritaria en los resultados consolidados de la Compañía.

FEMSA Cerveza

Ventas netas

Las ventas netas de FEMSA Cerveza crecieron 3.1% a 4,024 millones de pesos, reflejando principalmente un crecimiento de 3.5% en los embarques totales. Los embarques domésticos de FEMSA Cerveza crecieron 2.7% a 6.189 millones de hectolitros, en línea con la industria cervecera doméstica y sobre un crecimiento de 10.7% registrado en el segundo trimestre de 1998. El porcentaje de embarques domésticos de cerveza vendido en presentaciones de lata continúa aumentando a expensas de la presentación en botella retornable de 12 onzas, alcanzando el 17.8% en el segundo trimestre de 1999, comparado con 16.3% en el segundo trimestre de 1998. La presentación de botella retornable de un litro también continúa creciendo a expensas de la presentación en botella retornable de 12 onzas.

DATOS SOBRESALIENTES 2° Trim. 99 vs. 2° Trim. 98 CAMBIO %	
Volumen Doméstico	2.7
Volumen Exportación	16.4
Volumen total	3.5
Ventas Netas	3.1
Utilidad de Operación	14.5

Los embarques de exportación crecieron 16.4% a 462 mil hectolitros. Los embarques a los Norteamérica, el principal mercado de exportación de FEMSA Cerveza, aumentaron 21.0% y representaron el 89.0% 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 progresando con resultados muy satisfactorios en el mercado del sur de California, en las principales ciudades del estado de Texas y recientemente en la ciudad de Denver, Colorado. Los ingresos por exportación crecieron 5.1% a 297 millones de pesos y en términos de dólares, los ingresos por exportación crecieron 16.7% a 31 millones de dólares.

Utilidad bruta

El costo de ventas de FEMSA Cerveza disminuyó 2.7% a 1,813 millones de pesos y la utilidad bruta registró un crecimiento de 9.7% a 2,244 millones de pesos. El margen bruto creció 3.4 puntos porcentuales, representando el 55.8% de las ventas netas,

MÁRGENES		
	2° Trim. 99	2° Trim. 98
Margen bruto	55.8	52.4
Margen de operación	22.9	20.7

reflejando (i) una continua disminución en los costos de elaboración y empaque, (ii) una reducción en los costos de flete, (iii) una absorción más eficiente de costos fijos debido a efectos estacionales, y (iv) el efecto de la apreciación del peso sobre el dólar en los materiales de empaque denominados en dólares y en los granos importados.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación de FEMSA Cerveza aumentaron 5.4% a 1,322 millones de pesos, representando el 32.6% de los ingresos totales, comparados con el 32.1% de los ingresos totales para el mismo período del año anterior. Los gastos de administración disminuyeron 5.0% como consecuencia de menores gastos corporativos y los gastos de ventas (específicamente los relacionados con demanda y canal de venta) aumentaron 8.4%, reflejando los esfuerzos locales y regionales de mercadotecnia y mercadeo de FEMSA Cerveza. 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 14.5% a 929 millones de pesos, como consecuencia del incremento en la utilidad bruta, así como a la mejora en la rentabilidad operativa de las operaciones de exportación, a pesar del efecto negativo de la apreciación del peso contra el dólar sobre los ingresos en dólares. El margen de operación de FEMSA Cerveza alcanzó un nivel récord de 22.9%, 2.2 puntos porcentuales mayor al margen de operación de 20.7% logrado en el segundo trimestre de 1998.

Coca-Cola FEMSA

Ventas Netas

Coca-Cola FEMSA registró un crecimiento en sus ventas netas de 5.1% a 3,410 millones de pesos. El crecimiento de las ventas netas se debe principalmente al crecimiento del volumen en los territorios combinados de México y de Buenos Aires, así como a la mejora en el precio promedio unitario en México. Coca-Cola FEMSA registró un crecimiento de volumen de 1.6% en los territorios mexicanos combinados y de 10.7% 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 aumentaron 3.1% y las ventas netas crecieron 4.7% en los territorios mexicanos combinados. En el territorio de Buenos Aires, los precios reales promedio disminuyeron 4.0% como resultado de la intensificación de la actividad competitiva observada durante el trimestre y las ventas netas crecieron 6.6% en pesos argentinos.

CAMBIO % VOLUMEN	
2° Trim. 99 vs. 2° Trim. 98	
	Total
Valle de México	1.5
Sureste México	1.9
Buenos Aires (incluyendo el área de Pilar)	10.7

Utilidad Bruta

El costo de ventas de Coca-Cola FEMSA disminuyó 1.1% a 1,790 millones de pesos y se registró una expansión en el margen bruto de 2.9 puntos porcentuales, representando el 47.8% de las ventas netas. La expansión del margen bruto se debe principalmente a (i) menores costos de materias primas y materiales de empaque experimentados por los territorios en México y en Buenos Aires, (ii) mayor absorción de costos fijos y eficiencias derivadas de economías de escala por el volumen adicional del área de Pilar, y (iii) al efecto de la apreciación del peso contra el dólar en los costos denominados en dólares de materiales de empaque.

MÁRGENES		
	2° Trim. 99	2° Trim. 98
Margen bruto	47.8	44.9
Margen de operación	14.6	13.1

Utilidad de operación

Los gastos de operación aumentaron 10.4% a 1,102 millones de pesos. Como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de operación aumentaron 1.7 puntos porcentuales a 32.2%. El incremento en los gastos de operación es principalmente resultado de (i) la continua implementación de sistemas de tecnología de información y consecuentemente una mayor inversión en capital humano, y (ii) mayores gastos y depreciación de activos 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 16.5% a 499 millones de pesos, reflejando (i) un importante incremento en la utilidad de operación de la subsidiaria argentina de Coca-Cola FEMSA, y (ii) un incremento de 9.5% en la utilidad de operación de las subsidiarias mexicanas de Coca-Cola FEMSA. El margen de operación de Coca-Cola FEMSA creció 1.5 puntos porcentuales a 14.6% de las ventas totales.

FEMSA Empaques

Ventas Netas

Las ventas netas de FEMSA Empaques registraron una disminución de 8.0% a 1,579 millones de pesos para el segundo trimestre. La disminución de las ventas netas registrada por FEMSA Empaques este trimestre se debe principalmente a (i) una reducción en los volúmenes en algunos de los productos de FEMSA Empaques, principalmente latas de bebidas, botellas de vidrio, refrigeradores y cartón, la cual refleja una menor demanda de la industria mexicana de bebidas durante el segundo trimestre, (ii) la continua disminución en el volumen de exportación de latas de bebidas y tapas de lata, (iii) menores precios en términos reales para algunos de los productos de FEMSA Empaques, y (iv) al efecto negativo de la apreciación del peso en las ventas registradas de productos de empaques denominados en dólares, tales como

CAMBIO % VOLUMENES	
2° Trim. 99 vs. 2° Trim. 98	
Latas de bebidas	(9.0)
Hermetapas	20.0
Botellas de vidrio	(9.1)
Refrigeradores	(28.9)

latas de bebidas y hermetapas. La demanda por latas de bebidas de los embotelladores de refrescos ha disminuido importantemente comparada con el primer trimestre de 1999, reflejando en parte el cambio hacia las presentaciones no-retornables de PET las cuales, en presentaciones de tamaño personal, compiten contra las presentaciones de lata vía precios relativos. Los volúmenes de botellas de vidrio continuaron disminuyendo durante el segundo trimestre de 1999, reflejando la importante disminución de la demanda por este producto de Coca-Cola FEMSA, aunque la disminución del volumen observada en este trimestre es menor a las disminuciones observadas en los dos trimestres anteriores. Ver “Resultados Financieros No-Auditados para el Semestre Terminado el 30 de Junio de 1999 comparados con el Semestre Terminado el 30 de Junio de 1998 –FEMSA Empaques” incluido más adelante. Los ingresos por exportación disminuyeron 30.3% a 109 millones de pesos y representaron el 6.9% de las ventas netas. En términos de dólares, los ingresos por exportación disminuyeron 23.1% a 11.3 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 una mayor competencia en los mercados a los cuales FEMSA Empaques exporta, tales como algunos países sudamericanos. Adicionalmente, es menos rentable exportar a menores precios, 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 2.6 millones de dólares en 1999, comparadas con 3.3 millones de dólares en 1998.

Utilidad bruta

El costo de ventas de FEMSA Empaques disminuyó 7.3% a 1,204 millones de pesos, disminución menor a la experimentada en las ventas netas, evidenciando una menor absorción de costos fijos como resultado de las reducciones en los volúmenes. Adicionalmente, el margen bruto de los negocios de lata de bebida y de hermetapas ha sido afectado por la apreciación del peso contra el dólar, ya que estos productos se cotizan en dólares en el mercado mexicano. La utilidad bruta disminuyó 10.5% a 380 millones de pesos y el margen bruto se contrajo en 0.7 puntos porcentuales a 24.0%.

MÁRGENES		
	2° Trim 99	2° Trim. 98
Margen bruto	24.0	24.7
Margen de operación	15.1	15.8

comparados con el mismo período del año anterior. La utilidad de operación antes del pago de servicios corporativos disminuyó 12.3% a 239 millones de pesos, reflejando principalmente la contracción de la utilidad bruta.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación se contrajeron 7.3% a 141 millones de pesos y permanecieron constantes en 8.9% como porcentaje de las ventas totales,

FEMSA Comercio

Ventas Netas

Las ventas netas de FEMSA Comercio crecieron 16.9% a 1,336 millones de pesos. El crecimiento de las ventas se atribuyó a (i) un incremento del 15.6% en el número total de tiendas, de 907 al 30 de junio de 1998 a 1,049 al 30 de junio de 1999, (ii) las fuertes ventas de productos de alta frecuencia, especialmente bebidas, observada a través del trimestre, y (iii) un crecimiento del 5.9% en las ventas de tiendas maduras comparativas. El tráfico mensual promedio por tienda aumentó 11.0% y la venta promedio por cliente aumentó 4.4% a 17.3 pesos. La administración del negocio considera que el incremento en el tráfico por tienda se atribuye en parte a (i) la estrategia de FEMSA Comercio de marcar los precios de los productos de alta frecuencia competitivamente con relación a supermercados, y (ii) las fuertes campañas promocionales de productos tipo “gancho” diseñadas para atraer tráfico.

DATOS SOBRESALIENTES	
2° Trim. 99 vs. 2° Trim. 98	
CRECIMIENTO	
Total tiendas	1,049
Ventas netas	16.9%
Ventas tiendas maduras comparativas	5.9%
Utilidad de operación	59.7%

Utilidad bruta

FEMSA Comercio registró una utilidad bruta de 332 millones de pesos, 22.6% mayor a la del segundo trimestre de 1998. El margen bruto se incrementó 1.1 puntos porcentuales, al representar el 24.8% de las ventas netas, reflejando descuentos obtenidos de ciertos proveedores durante el trimestre como resultado de mayores volúmenes de compras.

MÁRGENES		
	2° Trim 99	2° Trim. 98
Margen bruto	24.8%	23.7%
Margen de operación	4.2%	3.1%

Utilidad de Operación

Los gastos de operación aumentaron 17.0% a 275 millones de pesos y permanecieron constantes en 20.6% como porcentaje de las ventas totales, comparados con el segundo trimestre de 1998. El incremento de los gastos de operación se debe

principalmente a (i) un aumento en el número total de tiendas, y (ii) un ligero crecimiento de la infraestructura corporativa en términos de personal y de equipo de tecnología de información, como consecuencia del importante crecimiento en el tamaño de la cadena comercial registrado en los últimos doce meses. FEMSA Comercio registró una utilidad de operación antes del pago por servicios corporativos de 57 millones de pesos en el segundo trimestre de 1999, 59.7% mayor a la del segundo trimestre de 1998, como consecuencia del fuerte crecimiento de las ventas y su efecto positivo sobre la estructura administrativa y operativa existente. El margen de operación de FEMSA Comercio aumentó 1.1 puntos porcentuales al 4.2% de los ingresos totales.

Resultados Financieros No Auditados para el Semestre terminado el 30 de Junio de 1999, comparados con el Semestre terminado el 30 de Junio de 1998.

FEMSA Consolidado

Ingresos Totales/Ventas Netas

Los ingresos totales de FEMSA crecieron 5.3% a 17,545 millones de pesos y las ventas netas consolidadas aumentaron 5.5% a 17,497 millones de pesos. El crecimiento de las ventas netas para el primer semestre 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 8.6% de las ventas de tiendas maduras comparativas en el caso de FEMSA Comercio. FEMSA Empaques, por su parte, ha obtenido bajos crecimientos ó disminuciones de volúmenes en algunos de sus principales productos, así como menores precios, en términos reales, 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	
1er. Sem. 99 vs. 1er. Sem. 98	
FEMSA Consolidado	5.5
FEMSA Cerveza	5.5
Coca-Cola FEMSA	7.1
FEMSA Empaques	(3.1)
FEMSA Comercio	17.9

Utilidad Bruta

La utilidad bruta consolidada de FEMSA aumentó 11.0% a 8,336 millones de pesos, representando un margen bruto consolidado a ventas netas de 47.6%, un crecimiento de 2.3 puntos porcentuales. 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 depreciación del peso contra el dólar para los últimos doce meses fue de 4.8%, comparada con una tasa inflacionaria de 17.8% en el mismo período.

Utilidad de Operación

CAMBIO % EN UTILIDAD DE OPERACIÓN	
Antes del pago de servicios corporativos	
1er. Sem. 99 vs. 1er. Sem. 98	
FEMSA Consolidado	10.0
FEMSA Cerveza	13.5
Coca-Cola FEMSA	20.1
FEMSA Empaques	(8.8)
FEMSA Comercio	62.1

Los gastos de operación consolidados de FEMSA incluyendo la amortización de crédito mercantil, aumentaron 11.0% a 5,797 millones de pesos. Como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de operación aumentaron 1.7 puntos porcentuales a 33.0%. Algunas de las subsidiarias de FEMSA pagan servicios corporativos a Emprex por servicios proporcionados a dichas subsidiarias. Los servicios corporativos 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 43 millones de pesos en el primer semestre de 1999. La utilidad de operación consolidada de

FEMSA (después de la participación en bs resultados de compañías asociadas) aumentó 10.0% a 2,541 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 0.7 puntos porcentuales llegando a 14.5% de los ingresos totales.

Utilidad Neta

La utilidad neta consolidada de FEMSA aumentó 139.7% de 728 millones de pesos registrados en el primer semestre de 1998, a 1,745 millones de pesos para el primer semestre de 1999. El crecimiento de la utilidad

neta fue impulsado por (i) el incremento de 10.0% de la utilidad de operación consolidada, y (ii) la disminución de 124.8% 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 el primer semestre de 1999.

En el primer semestre de 1999, FEMSA registró un ingreso integral de financiamiento consolidado por 232 millones de pesos, comparado con un costo integral de financiamiento de 937 millones de pesos en el mismo período de 1998. Durante el primer semestre de 1999, los gastos financieros netos consolidados disminuyeron 40.2% a 278 millones de pesos comparados con el primer semestre de 1998. Esta contracción se atribuyó a (i) la disminución del 18.3% de los gastos por intereses reflejando (a) una reducción en el saldo promedio de la deuda total de la compañía por aproximadamente 146.5 millones de dólares durante los primeros seis meses de 1999, comparado con los primeros seis 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 57.0% en los ingresos financieros como consecuencia de mayores tasas de interés sobre las inversiones en pesos, comparadas con el primer semestre de 1998. Como resultado de la apreciación del peso de 4.8% en el primer semestre de 1999 comparada con una depreciación de 11.5% en el primer semestre de 1998, FEMSA registró una ganancia cambiaria consolidada de 276 millones de pesos, comparada con una pérdida cambiaria consolidada por 887 millones de pesos registrada en el primer semestre de 1998. La ganancia por posición monetaria ascendió a 234 millones de pesos, 43.6% inferior, debido principalmente a la menor tasa de inflación presentada en el primer semestre 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 948 millones de pesos, un incremento de 104.8%. El incremento en impuestos sobre la renta, impuestos sobre activos y participación de utilidades a los trabajadores fue consecuencia del 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. No obstante el incremento en impuestos sobre la renta, impuestos sobre activos y participación de utilidades, la tasa impositiva promedio de la Compañía para el primer semestre de 1999 fue 35.2%, comparada con una tasa impositiva promedio de 38.9% para el mismo período de 1998

1er. Semestre	Por Unidad ¹		Por ADR ²	
	Pesos		Dólares ³	
	1999	1998	1999	1998
Util. Neta mayoritaria	1.254	0.315	1.328	0.298
Flujo Bruto de Operación ⁴	3.671	3.311	3.888	3.156

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 junio de 1999 fue 1,068,268,090, equivalente al número total de acciones en circulación al 30 de junio 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 junio 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 junio de 1999, de 9.4430 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 junio de 1998, de 8.9850 pesos por dólar.

⁴El flujo de operación se calcula sumando a la utilidad de operación, la depreciación y amortización, y los demás cargos virtuales.

La utilidad neta mayoritaria consolidada ascendió a 1,340 millones de pesos para el primer semestre de 1999, comparada con 336 millones de pesos registrados en el primer semestre de 1998. La utilidad neta mayoritaria por unidad FEMSA UBD¹ ascendió a 1.254 pesos, comparada con 0.315 pesos para el mismo período del año anterior.

El importante incremento en la utilidad neta mayoritaria se atribuye a (i) el aumento de 139.7% 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 el primer semestre 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.

FEMSA Cerveza

Ventas netas

Las ventas netas de FEMSA Cerveza crecieron 5.5% a 7,043 millones de pesos, reflejando (i) el incremento de 4.3% en los embarques totales, (ii) el aumento en el precio doméstico de la cerveza implementado en enero 1, 1999, y (iii) una mayor proporción de las presentaciones de lata de los embarques domésticos. Los embarques domésticos de FEMSA Cerveza crecieron 3.7% a 10.672 millones de hectolitros, como resultado de (i) condiciones climatológicas favorables durante los primeros seis meses del año prevalecientes en los territorios de dominio de FEMSA Cerveza, (ii) mayor confianza del consumidor derivada de un mejor desempeño económico de lo esperado en México y menores niveles de inflación, y (iii) actividades promocionales continuas.

DATOS SOBRESALIENTES 1er. Sem. 99 vs. 1er. Sem. 98 CAMBIO %	
Volumen Doméstico	3.7
Volumen Exportación	13.5
Volumen total	4.3
Ventas Netas	5.5
Utilidad de Operación	13.5

Los embarques de Sol, XX Lager y Tecate aumentaron 20.1%, 3.5% y 3.1%, respectivamente. Otras marcas tales como Bohemia, Tecate Light e Indio también registraron altas tasas de crecimiento durante el primer semestre, aunque ellas representan un pequeño porcentaje de los embarques domésticos totales de FEMSA Cerveza. Los embarques de exportación crecieron 13.5% a 740 mil hectolitros. Los embarques a Norteamérica, el principal mercado de exportación de FEMSA Cerveza, aumentaron 16.8% y representaron el 88.4% de los embarques totales de exportación. Recientemente, FEMSA Cerveza fortaleció sus esfuerzos dirigidos hacia el mercado de Canadá, logrando resultados muy satisfactorios hasta la fecha. Los embarques a Asia crecieron 38.5% en el primer semestre de 1999, aunque dicho mercado representó 3.6% de los embarques totales de exportación. Los ingresos por exportación aumentaron 5.7% a 484 millones de pesos y en términos de dólares, los ingresos de exportación crecieron 13.8% a 49.5 millones de dólares.

Utilidad bruta

MÁRGENES		
	1er. Sem. 99	1er. Sem. 98
Margen bruto	53.6%	51.0%
Margen de operación	17.6%	16.4%

El costo de ventas de FEMSA Cerveza creció 0.5% a 3,319 millones de pesos y la utilidad bruta registró un crecimiento de 10.8% a 3,774 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 2.6 puntos porcentuales a 53.6% de las ventas netas, reflejando (i) una disminución en términos reales de los costos de elaboración y empaque, (ii) una reducción en los costos de flete, (iii) mayores eficiencias productivas y

economías de escala, y (iv) el efecto de la apreciación del peso contra el dólar en los materiales de empaque y materias primas denominados en dólares.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación de FEMSA Cerveza aumentaron 8.6% a 2,525 millones de pesos, representando el 35.6% de los ingresos totales, comparados con el 34.7% de los ingresos totales 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 ciertos canales de distribución, (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 los mercados 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 13.5% a 1,252 millones de pesos. El margen de operación de FEMSA Cerveza antes del pago de servicios corporativos creció 1.2 puntos porcentuales al 17.6% de los ingresos totales.

Coca-Cola FEMSA

Ventas Netas

Las ventas netas de Coca-Cola FEMSA registraron un crecimiento del 7.1% a 6,568 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 a la mejoría en el precio promedio por caja unidad en México. Coca-Cola FEMSA registró un crecimiento de volumen de 4.3% en los territorios mexicanos combinados y de 11.2% 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 2.5% y las ventas netas crecieron 6.9% en los territorios mexicanos combinados. En el territorio de Buenos Aires, el precio real promedio disminuyó 3.0% como resultado de la intensificación de las actividades competitivas observadas durante el segundo trimestre, y las ventas netas crecieron 7.8% en pesos argentinos. A finales del primer trimestre de 1999, Coca-Cola FEMSA implementó un aumento promedio ponderado de 7% en los precios en el territorio del Valle de México y un promedio ponderado de 15% en los precios en algunas regiones del estado de Oaxaca, en el territorio del Sureste.

CAMBIO % VOLUMEN	
1er. Sem. 99 vs. 1er. Sem. 98	
	Total
Valle de México	4.5
Sureste México	3.7
Buenos Aires (incluye el área de Pilar)	11.2

Utilidad Bruta

El costo de ventas de Coca-Cola FEMSA creció 1.9% a 3,533 millones de pesos y se registró una expansión del margen bruto de 2.1 puntos porcentuales, representando el 46.5% de las ventas netas. La expansión del margen bruto se atribuye en parte a la evolución de las operaciones de Buenos Aires, incluyendo (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"), que resultó en menores costos para Coca-Cola FEMSA, y menores utilidades reconocidas por su participación del 48.1% en CICAN. Las operaciones mexicanas también registraron una expansión en el margen bruto, principalmente como resultado del efecto de la apreciación del peso contra el dólar en los costos denominados en dólares y mayores eficiencias logradas en los procesos de producción.

MÁRGENES		
	1er. Sem. 99	1er. Sem. 98
Margen bruto	46.5%	44.4%
Margen de operación	13.3%	11.9%

Utilidad de operación

Los gastos de operación aumentaron 9.6% a 2,119 millones de pesos. Como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de operación aumentaron 1.0 puntos porcentuales a 32.2%. El incremento en los gastos de operación es

principalmente resultado de (i) la continua implementación de sistemas de tecnología de información, 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 20.1% a 878 millones de pesos, reflejando (i) un incremento de 111.5% en la utilidad de operación de la subsidiaria

argentina de Coca-Cola FEMSA, y (ii) el crecimiento de 11.4% en la utilidad de operación de las subsidiarias mexicanas de Coca-Cola FEMSA. El margen de operación de Coca-Cola FEMSA creció 1.4 puntos porcentuales, al llegar a 13.3% de los ingresos totales.

FEMSA Empaques

Ventas Netas

Las ventas netas de FEMSA Empaques registraron una disminución de 3.1% a 3,075 millones de pesos. La disminución en las ventas netas registrada por FEMSA Empaques para los primeros seis meses de 1999 se atribuye principalmente a (i) la reducción en la demanda doméstica para productos de empaque en general, y (ii) 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. El rápido cambio en la mezcla de presentaciones de la industria refresquera hacia 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 junio de 1999 continúa siendo negativo; (ii) consecuentemente, menor demanda de hermetapas, la cual FEMSA Empaques ha compensado en exceso 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, particularmente durante el segundo trimestre, reflejando la competencia del tamaño personal en presentaciones PET no-retornables con las presentaciones de latas, la cual podría ser una tendencia temporal dependiendo de las estrategias de precios relativos de las compañías refresqueras. Estas tendencias han impactado los volúmenes de venta de FEMSA Empaques durante los primeros seis meses de 1999, lo cual, además del hecho de que dos de estos tres productos están denominados en dólares, resultó en una disminución de las ventas netas de FEMSA Empaques para los primeros seis 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 18.0% a 224 millones de pesos y representaron el 7.9% de las ventas netas. En términos de dólares, los ingresos por exportación disminuyeron 13.0% a 25 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 una mayor competencia en los mercados a los cuales FEMSA Empaques exporta, tales como algunos países sudamericanos. Adicionalmente, es menos rentable exportar a menores precios, 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 11.2 millones de dólares en 1999, comparadas con 8.6 millones de dólares en 1998.

CAMBIO % VOLUMENES	
1er Sem. 99 vs. 1er. Sem. 98	
Latas de bebidas	4.8
Hermetapas	20.7
Botellas de vidrio	(14.7)
Refrigeradores	(30.8)

Utilidad bruta

El costo de ventas de FEMSA Empaques disminuyó 2.0% a 2,336 millones de pesos, y el margen bruto disminuyó 1.0 punto porcentual a 24.3%, reflejando una menor disminución en el costo de ventas, comparada con la disminución experimentada por las ventas netas. La disminución en la utilidad bruta se atribuye a (i) una disminución de las ventas netas, (ii) una menor absorción de los costos fijos como resultado de las reducciones en los volúmenes, y (iii) mayores ventas de productos de menor valor agregado, tales como latas de bebidas importadas, las cuales tienen un menor margen comparado con las latas producidas internamente, y las hermetapas de exportación, las cuales se producen con acero importado, cuyo precio es mayor.

MÁRGENES		
	1er. Sem. 99	1er. Sem. 98
Margen bruto	24.3%	25.3%
Margen de operación	15.4%	16.4%

Utilidad de Operación

Los gastos de operación disminuyeron 3.5% a 272 millones de pesos. Los gastos de operación permanecieron constantes en 8.8% de las ventas, comparados con el mismo período del año anterior. La utilidad de operación antes del pago de servicios corporativos disminuyó 8.8% a 476 millones de pesos, reflejando principalmente la disminución de las ventas netas y de la utilidad bruta.

FEMSA Comercio

Ventas Netas

Las ventas netas de FEMSA Comercio crecieron 17.9% a 2,495 millones de pesos. El crecimiento de las ventas se atribuyó a (i) un incremento del 15.6% en el número total de tiendas, las cuales aumentaron de 907 a junio 30 de 1998, a 1,049 al 30 de junio de 1999, y (ii) un crecimiento de 8.6% en las ventas de tiendas maduras comparativas. Las fuertes ventas de tiendas maduras comparativas se debieron a (i) 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 actuales mayores al promedio de ventas de tiendas maduras comparativas de la cadena, y (ii) el fuerte consumo de

DATOS SOBRESALIENTES 1er. Sem. 99 vs. 1er. Sem. 98 CRECIMIENTO	
Total tiendas	1,049
Ventas netas	17.9%
Ventas tiendas maduras comparativas	8.6%
Utilidad de operación	62.1%

productos de alta frecuencia, particularmente bebidas, observado durante los primeros meses de este año. El tráfico mensual promedio por tienda aumentó 12.7% y la venta promedio por cliente aumentó 4.7% a 17.3 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 a los supermercados, y (ii) fuertes campañas promocionales de artículos tipo “gancho” diseñadas para atraer tráfico.

Utilidad bruta

FEMSA Comercio registró una utilidad bruta de 612 millones de pesos, 20.1% mayor a la del primer semestre de 1998. El margen bruto aumentó ligeramente en 0.4 puntos porcentuales, representando el 24.5% de las ventas netas, como resultado de ciertas estrategias de compras y descuentos de proveedores clave obtenidos durante el segundo trimestre de 1999.

MÁRGENES		
	1er. Sem. 99	1er. Sem. 98
Margen bruto	24.5%	24.1%
Margen de operación	3.8%	2.8%

Utilidad de Operación

Los gastos de operación aumentaron 14.6% a 517 millones de pesos y disminuyeron como porcentaje de los ingresos totales a 20.7%, de 21.4% en los primeros seis meses de 1998. 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 registrado el año pasado. 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 95 millones de pesos en el primer semestre de 1999, 62.1% mayor a la del primer semestre de 1998. El margen de operación de FEMSA Comercio antes del pago de servicios corporativos aumentó 1.0 puntos porcentuales a 3.8% de los ingresos totales.

Año 2000

La Compañía continúa con el proceso de actualizar las aplicaciones y en algunos casos, reemplazar equipos de computación y todos los componentes implantados en las plantas, incluyendo programas y equipos, y en edificios administrativos tales como elevadores y sistemas de seguridad. La Administración considera que la estructura integrada de FEMSA (i) reduce el costo del problema del Año 2000 ("A2M") para FEMSA, ya que muchas de las aplicaciones se comparten entre las diferentes subsidiarias, (ii) facilita la implementación y el proceso de supervisión del Proyecto A2M, y (iii) reduce el riesgo de la Compañía ante problemas de proveedores relacionados con el A2M.

Estado de Ejecución

El plan de trabajo A2M ha sido implementado en las compañías sub-tenedoras y en sus respectivas subsidiarias. La fase del inventario del plan de trabajo A2M ha sido terminada por todas las entidades mencionadas. La Administración considera que la compañía se encuentra dentro de programa para las fases de conversión, pruebas e implementación. FEMSA Empaques y FEMSA Comercio ya se encuentran certificadas y están en cumplimiento con los requerimientos del A2M, y se espera que el resto de las Compañías sub-tenedoras, incluyendo las oficinas corporativas, estén certificadas y en cumplimiento a más tardar en agosto 30, 1999.

La siguiente tabla presenta el estado de ejecución, por Compañía sub-tenedora, de las diferentes fases involucradas en el proceso de conversión para resolver el problema A2M.

AVANCE DEL PROYECTO A2M PARA FEMSA Y SUS COMPAÑÍAS SUB-TENEDORAS

Al 30 de junio 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.....	En proceso	Completo	Completo	En proceso	No	No	
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%	96%	100%	100%	100%	90%	99%
Conversión de aplicaciones de terceras partes	98%	92%	N/A	100%	97%	70%	96%
Fecha estimada de terminación	Julio 15, 1999	Agosto 31, 1999	Junio 30, 1999	Mayo 31, 1999	Julio 31, 1999	Agosto 31, 1999	
2. Equipos							
Estado de modificaciones y reemplazos	100%	98%	100%	100%	100%	100%	99%
Fecha estimada de terminación	Abril 15, 1999	Agosto 31, 1999	Diciembre 31, 1998	Mayo 5, 1999	Abril 30, 1998	Agosto 31, 1998	
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%	70%	70%	97%
Avance del plan de conversión	92%	95%	99%	100%	N/A	100%	96%
Fecha estimada de terminación	Agosto 15, 1999	Julio 30, 1999	Junio 30, 1999	Mayo 31, 1999	Julio 31, 1999	Agosto 31, 1999	
2. Costo estimado (Miles de Dólares)	\$ 454	\$1,250	\$ 10	\$ 0	\$ 0	\$ 277	\$ 2,141
IV COSTO ESTIMADO TOTAL DEL PROYECTO A2M DE FEMSA							
	\$ 1,354	\$ 2,000	\$ 280	\$ 562	\$ 12	\$ 641	\$ 4,849

Todas las comparaciones para los seis meses terminados en junio 30, 1999 en este reporte están hechas contra las cifras para los seis meses terminados en junio 30, 1998.

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 ó 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 y a FEMSA Comercio 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 junio de 1999, solamente Coca-Cola FEMSA y FEMSA Empaques terminaron sus planes de contingencia, los cuales se espera sean revisados y actualizados en la medida en que se implementen durante el tercer y cuarto trimestre de 1999. El resto de las Compañías sub-tenedoras continúan con el proceso de diseñar sus planes de contingencia. La fecha estimada para que dichos planes se completen es a finales del tercer trimestre de 1999.

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 segundo trimestre y primer semestre de 1999 terminados el 30 de Junio de 1999 y 1998

FEMSA Cerveza

Volumen de Ventas

(Miles de hectolitros)	Segundo trimestre de:			Primer semestre de:		
	1999	1998	%Var	1999	1998	%Var
Nacional:						
Retornable	4,881	4,842	0.8	8,396	8,182	2.6
No retornable	209	204	2.5	354	345	2.6
Lata	1,099	983	11.8	1,922	1,761	9.1
Total nacional	6,189	6,029	2.7	10,672	10,288	3.7
Exportación	462	397	16.4	740	652	13.5
Total volumen	6,651	6,426	3.5	11,412	10,940	4.3
Ingresos exportación:						
Millones Ps.	296.8	282.4	5.1	483.7	457.5	5.7
US Millones	30.8	26.4	16.7	49.5	43.5	13.8

Coca-Cola FEMSA

Volumen de Ventas

(Millones de cajas unidad)	Segundo trimestre de:			Primer semestre de:		
	1999	1998	%Var	1999	1998	%Var
Valle de México	83.5	82.3	1.5	157.0	150.2	4.5
Sureste	27.2	26.7	1.9	50.1	48.3	3.7
Mexico	110.7	109.0	1.6	207.1	198.5	4.3
Buenos Aires	26.8	24.2	10.7	58.5	52.6	11.2
Total	137.5	133.2	3.2	265.6	251.1	5.8

Mezcla por Presentación (%)

(Retornable / No retornable)	Segundo trimestre de:		Primer semestre de:	
	1999	1998	1999	1998
Valle de México	40/60	49/51	40/60	51/49
Sureste	56/44	60/40	58/42	62/38
Buenos Aires	12/88	11/89	10/90	13/87
Total	38/62	45/55	37/63	45/55

Mezcla por producto (%)

(Colas/Sabores/Agua)	Segundo trimestre de:		Primer semestre de:	
	1999	1998	1999	1998
Valle de México	75/23/02	75/22/03	76/22/02	75/23/02
Sureste	72/22/06	70/23/07	73/22/05	71/23/06
Buenos Aires	77/22/01	78/21/01	75/24/01	76/23/01
Total	75/22/03	74/22/04	75/23/02	74/23/03

FEMSA Empaque

Volumen de Ventas Total

(Millones de piezas)	Segundo trimestre de:			Primer semestre de:		
	1999	1998	%Var	1999	1998	%Var
Latas	780	855	(8.8)	1,508	1,439	4.8
Hermetapas	3,583	2,986	20.0	6,356	5,265	20.7
Botellas	239	263	(9.1)	412	483	(14.7)
Cajas de cartón (m. m2)	25,873	26,138	(1.0)	48,690	46,843	3.9
Refrigeradores (miles)	27	38	(28.9)	63	91	(30.8)
Etiquetas	1,168	943	23.9	2,029	1,762	15.2
Volumen Exportación:						
Latas	18	67	(73.1)	77	159	(51.6)
Hermetapas	1,508	823	83.2	2,666	1,472	81.1
Tapa ecológica	52	113	(54.0)	129	264	(51.1)
Ventas exportación:						
Millones Ps.	109.2	156.6	(30.3)	243.9	297.3	(18.0)
US Millones	11.3	14.7	(23.1)	24.7	28.4	(13.0)

Porcentaje de ventas por cliente

	Segundo trimestre de:			Primer semestre de:		
	1999	1998	Var p.p.	1999	1998	Var p.p.
Ventas intercompañías	49.3	53.1	(3.8)	50.4	54.0	(3.6)
FEMSA Cerveza	37.3	35.2	2.1	37.2	32.8	4.4
Coca-Cola FEMSA	12.0	17.9	(5.9)	13.2	21.2	(8.0)
Ventas a terceros	50.7	46.9	3.8	49.6	46.0	3.6
Nacional	43.6	37.9	5.7	42.0	37.0	5.0
Exportación	7.1	9.0	(1.9)	7.6	9.0	(1.4)
Total	100.0	100.0		100.0	100.0	

FEMSA Comercio

	Segundo trimestre de:			Primer semestre de:		
	1999	1998	%Var	1999	1998	%Var
Tiendas totales				1,049.0	907.0	15.7
Tiendas maduras comparativas:						
Vtas prom. mensuales por tienda (Miles de pesos)	424.7	401.2	5.9	402.3	370.3	8.6
Ticket promedio por cliente (Ps.)	17.3	16.6	4.2	17.3	16.5	4.8
Tráfico prom mensual por tienda (Miles de personas)	24.5	24.2	1.2	23.3	22.4	4.0



ESTADO DE RESULTADOS CONSOLIDADO
Por el segundo trimestre y primer semestre de 1999
terminados el 30 de Junio de 1999 y 1998
Millones de Pesos constantes del 30 de Junio de 1999

BALANCE GENERAL
Al 30 de Junio de 1999 y 1998

Millones de Pesos constantes de Junio 30 de 1999

	Segundo trimestre de:			Primer semestre de:		
	1999	1998	%Var	1999	1998	%Var
Ventas netas	9,500	9,174	3.6	17,497	16,581	5.5
Otros ingresos de operación	36	38	(5.3)	48	86	(44.2)
Total ingresos	9,536	9,212	3.5	17,545	16,667	5.3
Costo de ventas	4,874	4,973	(2.0)	9,209	9,156	0.6
Utilidad bruta	4,662	4,239	10.0	8,336	7,511	11.0
Gastos de administración	730	675	8.1	1,490	1,317	13.1
Gastos de venta	2,272	2,066	10.0	4,307	3,905	10.3
Gastos de operación	3,002	2,741	9.5	5,797	5,222	11.0
	1,660	1,498	10.8	2,539	2,289	10.9
Part. en asociadas	8	20	(60.0)	2	20	(90.0)
Utilidad de operación	1,668	1,518	9.9	2,541	2,309	10.0
Gasto financiero	237	274	(13.5)	490	600	(18.3)
Producto financiero	(107)	(69)	55.1	(212)	(135)	57.0
Gasto financiero, neto	130	205	(36.6)	278	465	(40.2)
Fluctuación cambiaria	(14)	326	(104.3)	(276)	887	(131.1)
Ganancia por posición monetaria	(34)	(135)	(74.8)	(234)	(415)	(43.6)
Costo integral de financiamiento	82	396	(79.3)	(232)	937	(124.8)
Otros gastos	65	131	(50.4)	80	181	(55.8)
Utilidad antes de impuestos	1,521	991	53.5	2,693	1,191	126.1
Impuestos	575	377	52.5	948	463	104.8
Utilidad neta total	946	614	54.1	1,745	728	139.7
Utilidad mayoritaria	690	315	119.0	1,340	336	298.8
Utilidad minoritaria	256	299	(14.4)	405	392	3.3

	% Ingresos Totales					
	1999	1998	Var P.P.	1999	1998	Var P.P.
Ventas netas	99.6	99.6	-	99.7	99.5	0.2
Otros ingresos de operación	0.4	0.4	-	0.3	0.5	(0.2)
Total ingresos	100.0	100.0	-	100.0	100.0	-
Costo de ventas (*)	51.3	54.2	(2.9)	52.6	55.2	(2.6)
Utilidad bruta (*)	49.1	46.2	2.9	47.6	45.3	2.3
Gastos de administración	7.7	7.4	0.3	8.5	7.9	0.6
Gastos de venta	23.8	22.4	1.4	24.5	23.4	1.1
Gastos de operación	31.5	29.8	1.7	33.0	31.3	1.7
	17.4	16.3	1.1	14.5	13.7	0.8
Part. en asociadas	0.1	0.2	(0.1)	-	0.1	(0.1)
Utilidad de operación	17.5	16.5	1.0	14.5	13.8	0.7

(*) Calculado a ventas netas

ACTIVOS	1999	1998
Efectivo y valores de realización inmediata	3,046	2,420
Cuentas por cobrar	2,342	2,434
Inventarios	3,428	3,261
Pagos anticipados	708	503
Total Activo Circulante	9,524	8,618
Propiedad, planta y equipo, neto	24,532	24,451
Cargos diferidos y otros	4,990	4,759
TOTAL ACTIVOS	39,046	37,828

PASIVOS Y CAPITAL CONTABLE	1999	1998
Prestamos bancarios C.P.	1,655	2,028
Vencimientos del pasivo L.P. a C.P.	2,255	309
Intereses por pagar	164	143
Pasivo de operación	5,245	4,181
Total Pasivo Circulante	9,319	6,661
Prestamos bancarios L.P.	5,172	8,249
Obligaciones laborales	897	924
Otros pasivos	100	89
Total Pasivos	15,488	15,923
Interés Minoritario	7,386	7,131
Interés Mayoritario	16,172	14,774
Total Capital Contable	23,558	21,905
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	39,046	37,828

RAZONES FINANCIERAS	1999	1998
Liquidez	1.02	1.29
Cobertura de deuda (1)	14.11	7.61
Apalancamiento	0.66	0.73
Capitalización	0.32	0.35

(1) Ut operación + depreciación + otros cargos virtuales / gastos financier



ESTADO DE RESULTADOS

Por el segundo trimestre y primer semestre terminados el 30 de Junio de 1999 y 1998
En millones de pesos del 30 de junio de 1999

CIFRAS AL PRIMER SEMESTRE

	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	7,042.5	6,676.8	6,568.4	6,130.9	3,075.4	3,174.7	2,494.9	2,116.1	601.3	449.4	549.0	391.6	17,497	16,581
Ingresos de Operación	51.0	31.7	18.9	57.8	9.4	13.2	0.0	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	48	86
Ingresos Totales	7,093.5	6,708.5	6,587.3	6,188.7	3,084.8	3,187.9	2,494.9	2,116.5	601.3	449.4	549.0	391.6	17,545	16,667
Costo Ventas	3,319.3	3,302.4	3,532.5	3,465.3	2,336.3	2,383.5	1,883.3	1,607.1	548.4	409.3	460.3	332.2	9,209	9,156
Margen Operación	3,774.2	3,406.1	3,054.8	2,723.4	748.5	804.4	611.6	509.4	52.9	40.1	88.7	59.4	8,336	7,511
Gastos Operación	2,524.9	2,324.5	2,118.5	1,933.3	272.3	282.3	516.8	450.9	51.9	54.0	40.3	26.2	5,797	5,222
Utilidad Operación	1,249.3	1,081.6	936.3	790.1	476.2	522.1	94.8	58.5	1.0	(13.9)	48.4	33.2	2,539	2,289
L-USA/Goodwill	2.2	20.7	(57.9)	(58.7)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2	20
Uafir Comparable	1,251.5	1,102.3	878.4	731.4	476.2	522.1	94.8	58.5	1.0	(13.9)	48.4	33.2	2,541	2,309
Servicios Corporativos	142.4	58.7	0.0	0.0	30.9	31.9	7.5	6.4	0.0	0.0	0.0	3.2		
UAFIR	1,109.1	1,043.6	878.4	731.4	445.3	490.2	87.3	52.1	1.0	(13.9)	48.4	30.0	2,541	2,309
Depreciación	374.0	360.7	247.9	191.6	116.2	112.0	23.8	21.0	3.5	2.2	21.7	21.1	789	713
Cargos Virtuales	294.5	252.8	253.0	223.5	13.4	8.3	16.7	17.6	5.4	5.0	1.0	0.4	592	515
Ebitda	1,777.6	1,657.1	1,379.3	1,146.5	574.9	610.5	127.8	90.7	9.9	(6.7)	71.1	51.5	3,922	3,537

Antes de Servicios Corp	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998
UAFIR / Ingresos totales	17.6	16.4	13.3	11.8	15.4	16.4	3.8	2.8	0.2	(3.1)	8.8	8.5	14.5	13.9
EBITDA / Ingresos totales	27.1	25.6	20.9	18.5	19.6	20.2	5.4	4.6	1.6	(1.5)	13.0	14.0	22.4	21.2

Después de Servicios Corp

UAFIR / Ingresos totales	15.6	15.6	13.3	11.8	14.4	15.4	3.5	2.5	0.2	(3.1)	8.8	7.7	14.5	13.9
EBITDA / Ingresos totales	25.1	24.7	20.9	18.5	18.6	19.2	5.1	4.3	1.6	(1.5)	13.0	13.2	22.4	21.2

Inversión en activo fijo (1)	1,022.9	851.2	387.0	783.6	94.8	277.0	88.4	40.2	10.8	38.1	34.8	130.7	1,611.5	2,169.5
-------------------------------------	---------	-------	-------	-------	------	-------	------	------	------	------	------	-------	---------	---------

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



ESTADO DE RESULTADOS

Por el segundo trimestre y primer semestre terminados el 30 de Junio de 1999 y 1998
En millones de pesos del 30 de junio de 1999

CIFRAS AL SEGUNDO TRIMESTRE

	FEMSA Cerveza		Coca-Cola FEMSA		FEMSA Empaques		FEMSA				FEMSA Logística		FEMSA Consolidado	
	1999	1998	1999	1998	1999	1998	Comercio		Amoxxo		1999	1998	1999	1998
Ventas Netas	4,024.1	3,902.7	3,409.6	3,244.6	1,579.3	1,716.1	1,335.5	1,142.3	307.8	236.4	300.5	264.3	9,500	9,174
Ingresos de Operación	32.3	5.4	9.2	21.2	4.6	7.5	0.0	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	36	38
Ingresos Totales	4,056.4	3,908.1	3,418.8	3,265.8	1,583.9	1,723.6	1,335.5	1,142.5	307.8	236.4	300.5	264.3	9,536	9,212
Costo Ventas	1,812.7	1,862.8	1,789.8	1,810.0	1,204.2	1,299.4	1,003.8	871.9	280.6	215.4	255.3	226.0	4,874	4,973
Margen Operación	2,243.7	2,045.3	1,629.0	1,455.8	379.7	424.2	331.7	270.6	27.2	21.0	45.2	38.3	4,662	4,239
Gastos Operación	1,322.4	1,254.4	1,101.9	998.3	140.7	151.8	275.0	235.1	26.7	27.0	20.7	13.0	3,002	2,741
Utilidad Operación	921.3	790.9	527.1	457.5	239.0	272.4	56.7	35.5	0.5	(6.0)	24.5	25.3	1,660	1,498
L-USA/Goodwill	8.0	20.7	(28.3)	(29.4)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8	20
Uafir Comparable	929.3	811.6	498.8	428.1	239.0	272.4	56.7	35.5	0.5	(6.0)	24.5	25.3	1,668	1,518
Servicios Corporativos	81.7	33.4	0.0	0.0	15.9	17.3	4.0	3.5	0.0	0.0	(2.2)	3.2		
UAFIR	847.6	778.2	498.8	428.1	223.1	255.1	52.7	32.0	0.5	(6.0)	26.7	22.1	1,668	1,518
Depreciación	190.4	179.6	120.3	93.7	57.5	56.5	11.9	10.6	1.7	1.1	11.0	21.1	392	365
Cargos Virtuales	143.3	121.7	126.2	111.8	8.1	4.6	8.2	8.7	2.6	2.6	0.6	0.4	296	253
Ebitda	1,181.3	1,079.5	745.3	633.6	288.7	316.2	72.8	51.3	4.8	(2.3)	38.3	43.6	2,356	2,136

Antes de Servicios Corp

UAFIR / Ingresos totales	22.9	20.8	14.6	13.1	15.1	15.8	4.2	3.1	0.2	(2.5)	8.2	9.6	17.5	16.5
EBITDA / Ingresos totales	31.1	28.5	21.8	19.4	19.2	19.3	5.8	4.8	1.6	(1.0)	12.0	17.7	24.7	23.2

Después de Servicios Corp

UAFIR / Ingresos totales	20.9	19.9	14.6	13.1	14.1	14.8	3.9	2.8	0.2	(2.5)	8.9	8.4	17.5	16.5
EBITDA / Ingresos totales	29.1	27.6	21.8	19.4	18.2	18.3	5.5	4.5	1.6	(1.0)	12.7	16.5	24.7	23.2

Inversión en activo fijo (1)	525.0	458.9	212.9	469.1	0.9	114.0	53.8	24.5	5.1	18.8	17.4	130.7	779.5	1,218.8
-------------------------------------	-------	-------	-------	-------	-----	-------	------	------	-----	------	------	-------	-------	---------

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