

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 CUARTO TRIMESTRE Y DOCE MESES TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 1999.

EL MARGEN DE OPERACION CONSOLIDADO DE FEMSA

AUMENTA 3.7 PUNTOS PORCENTUALES, ALCANZANDO 17.3% EN EL CUARTO TRIMESTRE DE 1999

Monterrey, México 3, 2000 — Fomento Económico Mexicano S.A. (“FEMSA” o la Compañía) (BMV: FEMSA UBD), la compañía de bebidas más grande de México y una de las compañías de bebidas líderes en América Latina reportó hoy ventas netas consolidadas de 10,437 millones de pesos para el cuarto trimestre y de 38,526 millones de pesos para los doce meses terminados el 31 de diciembre de 1999, un incremento de 5.0% y 4.8% respectivamente, sobre los períodos comparables del año anterior. El crecimiento de los ingresos consolidados fue resultado del crecimiento en los ingresos de tres de las principales divisiones de FEMSA – FEMSA Cerveza, Coca-Cola FEMSA y FEMSA Comercio. Los ingresos de las divisiones de bebidas crecieron principalmente como consecuencia del incremento en volúmenes y en precios reales registrados por FEMSA Cerveza y por Coca-Cola FEMSA en sus territorios mexicanos. En FEMSA Comercio, el crecimiento de los ingresos fue resultado del aumento de las ventas de tiendas maduras comparativas y en el número de tiendas.

La Compañía registró una utilidad de operación consolidada de 1,814 millones de pesos para el cuarto trimestre de 1999 y de 6,045 millones de pesos para los doce meses terminados el 31 de diciembre de 1999, un incremento de 34.0% y 14.9% respectivamente, comparado con los mismos períodos del año anterior. El margen de operación consolidado para el cuarto trimestre de 1999 alcanzó el 17.3% de los ingresos consolidados, un aumento de 3.7 puntos porcentuales sobre el 13.6% alcanzado en el cuarto trimestre de 1998. El margen de operación de la Compañía en 1999 fue 15.6%, 1.3 puntos porcentuales sobre el obtenido en los doce meses de 1998.

José Antonio Fernández Carbajal, director general de la Compañía declaró, “Creemos que los fuertes resultados obtenidos en 1999, no solamente reflejan un desempeño macroeconómico mejor al esperado, sino sobre todo, reflejan la fortaleza de nuestras marcas y franquicias en México. Nuestra administración ha estado enfatizando consistentemente una estrategia de “volver a los básicos”, la cual se basa en identificar las mejores prácticas dentro de las industrias en las que participamos, y convertirlas en procedimientos operativos estándar. Esta disciplina se verá reforzada por la reciente reasignación de nuestros ejecutivos más altos entre subsidiarias, lo cual adicionalmente promoverá una mejor integración de nuestras operaciones. Aunque aun hay retos que vencer en el futuro en un medio ambiente cada vez más competitivo, estoy convencido de que los enfrentaremos con éxito, para beneficio de nuestros consumidores y accionistas”.

La utilidad neta mayoritaria disminuyó 29.6% a 733 millones de pesos en el cuarto trimestre de 1999, y aumentó 93.5% en los doce meses de 1999, alcanzando 2,930 millones de pesos, en comparación con los mismos períodos del año anterior. La utilidad por unidad FEMSA UBD para el cuarto trimestre de 1999 y los doce meses terminados el 31 de diciembre de 1999 fue de 0.686 pesos y de 2.743 pesos, respectivamente. La utilidad por ADR para el cuarto trimestre y los doce meses de 1999 fue de 0.724 dólares y de 2.893 dólares, respectivamente.

RESULTADOS FINANCIEROS AUDITADOS PARA EL CUARTO TRIMESTRE Y DOCE MESES TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 1999, COMPARADOS CON EL CUARTO TRIMESTRE Y DOCE MESES TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 1998

A continuación se presenta cierta información financiera auditada de Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V. (“FEMSA” o la “Compañía”) (BMV: FEMSA UBD) para el cuarto trimestre y doce meses terminados el 31 de diciembre de 1999, comparada con el cuarto trimestre y doce meses terminados el 31 de diciembre de 1998. FEMSA es una empresa tenedora, cuyas principales actividades están agrupadas bajo las siguientes compañías tenedoras y realizadas por sus respectivas subsidiarias (“Compañías Subsidiarias”) operativas: FEMSA Cerveza, S.A. de C.V. (“FEMSA Cerveza”), la cual participa en la producción, distribución y venta de cerveza; Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. (“Coca-Cola FEMSA”), la cual participa en la producción, distribución y venta de refrescos; FEMSA Empaques, S.A. de C.V. (“FEMSA Empaques”), la cual participa en la producción y distribución de materiales de empaque; FEMSA Comercio, S.A. de C.V. (“FEMSA Comercio”), la cual participa en la operación de tiendas de conveniencia; Desarrollo Comercial FEMSA, S.A. de C.V. (“DCF”), la cual posee el 50.01% del capital con derecho a voto de Empresas Amoxxo, S.A. de C.V. (“Amoxxo”), que opera tiendas de conveniencia adyacentes a estaciones de gasolina; Logística CCM, S.A. de C.V. (“Logística CCM”), la cual provee servicios de administración de logística a FEMSA Cerveza, y FEMSA Logística S.A. de C.V. (FEMSA Logística), que provee servicios de administración de logística a Coca-Cola FEMSA, a FEMSA Empaques, y recientemente al mercado abierto.

Todas las cifras en este reporte están expresadas en pesos mexicanos constantes (“peso” o “Ps.”) con poder adquisitivo al 31 de diciembre de 1999 y fueron preparadas de acuerdo con Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México (“PCGA en México”); por lo tanto, todos los cambios porcentuales están expresados en términos reales. La reexpresión se determinó como sigue:

- Para los resultados de las operaciones en México, utilizando los factores derivados del Índice Nacional de Precios al Consumidor.
- Para los resultados de las operaciones en Buenos Aires, utilizando los factores derivados del Índice Nacional Argentino de Precios al Consumidor y convirtiendo los pesos argentinos a pesos, con base en el tipo de cambio del Banco de México al 31 de diciembre de 1999, de 9.495 pesos por peso argentino.

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

NOTICIA IMPORTANTE

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

**Resultados Financieros Auditados para el Cuarto trimestre terminado el 31 de diciembre de 1999,
comparados con el Cuarto trimestre terminado el 31 de diciembre de 1998**

FEMSA Consolidado

Ingresos Totales/Ventas Netas

Los ingresos totales de FEMSA crecieron 4.8% a 10,462 millones de pesos y las ventas netas consolidadas aumentaron 5.0% a 10,437 millones de pesos. FEMSA Cerveza y las operaciones en México de Coca-Cola FEMSA registraron un significativo crecimiento en ventas durante el cuarto trimestre como resultado del fuerte incremento de volúmenes registrado por FEMSA Cerveza y la mejora en el precio promedio unitario registrado por Coca-Cola FEMSA. No obstante el fuerte crecimiento de ventas registrado por las principales subsidiarias de FEMSA, el incremento de las ventas consolidadas de FEMSA durante el cuarto trimestre fue ligeramente afectado por la disminución en los ingresos de FEMSA Empaques y Coca-Cola FEMSA Buenos Aires. El continuo descenso en las ventas netas de las operaciones de Coca-Cola FEMSA en Buenos Aires reflejó una disminución en el precio promedio por caja unidad en ese mercado, en comparación con el cuarto trimestre de 1998; sin embargo, el precio promedio por caja unidad se estabilizó comparado con el tercer trimestre de 1999. FEMSA Empaques continuó registrando una disminución en sus ventas netas a pesar de las mejores tendencias de crecimiento en volúmenes, como resultado de la permanencia del fuerte tipo de cambio del peso, observado durante el cuarto trimestre.

CAMBIO % VENTAS NETAS	
4o. Trim. 99 vs. 4o. Trim. 98	
FEMSA Consolidado	5.0
FEMSA Cerveza	11.9
Coca-Cola FEMSA	3.1
FEMSA Empaques	(2.8)
FEMSA Comercio	23.5

Utilidad Bruta

La utilidad bruta consolidada de FEMSA aumentó 18.7% a 5,334 millones de pesos, representando un margen bruto consolidado de 51.1%, un crecimiento de 5.9 puntos porcentuales. Las principales subsidiarias de FEMSA experimentaron una expansión en el margen bruto durante el cuarto trimestre, reflejando el efecto de (i) el fuerte crecimiento en los volúmenes de ventas y una mejora en los precios de los principales productos de FEMSA, (ii) el apalancamiento de los volúmenes sobre una estructura de costos fijos relativamente estable, y (iii) la apreciación del peso contra el dólar en términos reales, comparada con el cuarto trimestre de 1998, lo que resultó en costos variables más bajos para FEMSA Cerveza, Coca-Cola FEMSA y FEMSA Empaques, en adición a menores precios en dólares en ciertas materias primas.

Utilidad de Operación

CAMBIO % EN UTILIDAD DE OPERACIÓN	
Antes del pago de servicios corporativos	
4o. Trim. 99 vs. 4o. Trim. 98	
FEMSA Consolidado	34.0
FEMSA Cerveza	45.7
Coca-Cola FEMSA	34.7
FEMSA Empaques	4.9
FEMSA Comercio	24.6

Los gastos de operación consolidados de FEMSA (incluyendo la amortización del crédito mercantil), aumentaron 12.6% a 3,541 millones de pesos. Como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de operación aumentaron 2.3 puntos porcentuales a 33.8%, reflejando principalmente el incremento de gastos de operación registrado por FEMSA Cerveza relacionados con mayores gastos de mercadotecnia incurridos en relación con el lanzamiento de nuevos productos y con el patrocinio de eventos deportivos. Algunas de las subsidiarias de FEMSA pagan servicios corporativos por concepto de servicios prestados por FEMSA a dichas subsidiarias. Los servicios corporativos se eliminan en la consolidación y por lo tanto no

Todas las comparaciones para el cuarto trimestre terminado en diciembre 31, 1999 en este reporte están hechas contra las cifras para el cuarto trimestre terminado en diciembre 31, 1998.

tienen efecto en los gastos de operación consolidados, con excepción de los servicios corporativos pagados por FEMSA Cerveza a Labatt Brewing Company Limited (“Labatt”), los cuales, en el cuarto trimestre de 1999, ascendieron a 20.8 millones de pesos.

La utilidad de operación consolidada de FEMSA (después de la participación en los resultados de compañías asociadas) aumentó 34% a 1,814 millones de pesos. FEMSA Cerveza contribuyó con más de la mitad del incremento en la utilidad de operación consolidada y Coca-Cola FEMSA y FEMSA Comercio con el incremento restante. El margen de operación consolidado aumentó 3.7 puntos porcentuales ascendiendo a 17.3% de los ingresos totales consolidados.

Utilidad Neta

La utilidad neta consolidada de FEMSA disminuyó 16.8% de 1,215 millones de pesos registrados en el cuarto trimestre de 1998, a 1,011 millones de pesos en el cuarto trimestre de 1999. La disminución en la utilidad neta se debió a: (i) el efecto de un costo integral de financiamiento, por 247 millones de pesos, comparado con un ingreso integral de financiamiento de 367 millones de pesos registrado en el cuarto trimestre de 1998, y (ii) un incremento del 42.9% en impuestos sobre la renta, impuestos sobre activos y participación de utilidades de los trabajadores.

En el cuarto trimestre de 1999, el costo integral de financiamiento consolidado aumentó 19.9% a 193 millones de pesos, comparado con el cuarto trimestre de 1998. Este incremento reflejó el efecto neto de (i) una disminución de 5.2% en los gastos por intereses, y (ii) una disminución de 36.7% en los ingresos financieros como resultado de menores tasas de interés obtenidas en las inversiones en pesos comparadas con las del cuarto trimestre de 1998. FEMSA registró una pérdida cambiaria consolidada de 176 millones reflejando principalmente (i) una pérdida de 72 millones por contratos de compra de dólares a futuro registrados en el cuarto trimestre de 1999, y (ii) la depreciación del peso contra el dólar de 1.7% en el cuarto trimestre. Ver “Resultados Financieros Auditados para los doce meses terminados el 31 de diciembre de 1999, comparados con los doce meses terminados el 31 de diciembre de 1998 – FEMSA Utilidad Neta Consolidada”. La ganancia por posición monetaria ascendió a 122 millones de pesos, una disminución de 64.0%, reflejando principalmente una menor tasa de inflación en el cuarto trimestre de 1999, en comparación con el cuarto trimestre de 1998.

FEMSA y sus subsidiarias registraron impuestos sobre la renta, impuestos sobre activos y participación de utilidades a los trabajadores por 420 millones de pesos, mostrando un incremento de 42.9%, como resultado del efecto de la consolidación fiscal, el cual generó un pago adicional de impuestos en FEMSA, reflejando el hecho de que las Compañías Subsidiarias amortizaron pérdidas fiscales de ejercicios anteriores, las cuales ya habían sido amortizadas en el consolidado, para compensar sus utilidades fiscales. La tasa efectiva de impuestos promedio de la Compañía para el cuarto trimestre de 1999 fue 29.4%, en comparación con 19.5% del mismo período de 1998.

La utilidad neta mayoritaria consolidada ascendió a 733 millones de pesos para el cuarto trimestre de 1999, comparada con 1,041 millones de pesos registrados en el cuarto trimestre de 1998. La utilidad neta mayoritaria por unidad FEMSA UBD¹ ascendió a 0.686 pesos, comparada con 0.974 pesos para el mismo período del año anterior, una disminución del 29.6%. La utilidad neta mayoritaria por ADR de FEMSA² ascendió a 0.724 dólares para el cuarto trimestre de 1999.

4o. Trimestre	Por Unidad ¹	
	1999	1998
Pesos		
Util. Neta mayoritaria	0.686	0.974
Flujo Bruto de Operación ³	2,440	1,897

¹Las unidades de FEMSA consisten en Unidades FEMSA UBD y Unidades FEMSA UB. Cada unidad FEMSA UBD está compuesta por una acción Serie B, dos acciones Serie D-B y dos acciones Serie D-L. Cada unidad FEMSA UB está compuesta por cinco acciones Serie B. El número de Unidades FEMSA en circulación al 31 de diciembre de 1999 fue 1,068,268,090, equivalente al número total de acciones en circulación al 31 de diciembre 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 31 de diciembre de 1999, dividido entre 10.

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

FEMSA Cerveza

Ventas netas

Las ventas netas de FEMSA Cerveza crecieron 11.9% a 4,415 millones de pesos, como resultado del incremento de 7.6% en los embarques totales. Los embarques domésticos de FEMSA Cerveza crecieron 7.4% a 5.737 millones de hectolitros. La Administración atribuye el crecimiento de los volúmenes de FEMSA Cerveza durante el cuarto trimestre a una fuerte de la demanda en las regiones del norte del país, las cuales tuvieron un clima favorable en este período y habían experimentado un rezago sobre el crecimiento de la industria durante los primeros nueve meses de 1999. Adicionalmente, el mayor consumo de cerveza por la época de festividades en el mes de diciembre y el lanzamiento de las marcas conmemorativas también contribuyeron al crecimiento de los embarques domésticos durante el trimestre. La Administración considera que el efecto de sobre-inventarios que los detallistas llevaron a cabo en México anticipándose al incremento de precios implementado en enero del 2000 y al problema de sistemas de computación relacionado con el año 2000 (el "problema A2M"), no fue substancialmente diferente al sobre-inventario registrado en el cuarto trimestre de 1998 (en hectolitros).

DATOS SOBRESALIENTES 4º. Trim. 99 vs. 4º. Trim. 98 CAMBIO %	
Volumen Doméstico	7.4
Volumen Exportación	11.2
Volumen total	7.6
Ventas Netas	11.9
Utilidad de Operación antes de Servicios Corporativos	45.7

Los ingresos domésticos por hectolitro crecieron aproximadamente 4.5% en comparación con el cuarto trimestre de 1998 y contribuyeron importantemente al crecimiento de las ventas netas durante este período. La fortaleza en los ingresos por hectolitro registrada en el cuarto trimestre se atribuye principalmente a (i) un incremento en la proporción de presentaciones no retornables, incluyendo envases de vidrio no retornables, cuyos precios son mayores a los de las presentaciones retornables de 12 onzas, (ii) mayores ventas de productos conmemorativos como las marcas Noche Buena y las ediciones especiales para el nuevo milenio de Carta Blanca y Superior, cuyos precios también son mayores a los de presentaciones retornables, y (iii) un mayor crecimiento de volúmenes registrado en las regiones norte del país, las cuáles representan regiones con precios más altos para FEMSA Cerveza comparadas con las regiones del centro y sureste del país.

Los embarques de exportación crecieron 11.2% a 319 mil hectolitros en el cuarto trimestre. Los embarques a Norteamérica, incluyendo Canadá, aumentaron 17.3% y representaron el 87.0% de los embarques totales de exportación. Los ingresos por exportación disminuyeron 7.6% a 204 millones de pesos y, en términos de dólares, los ingresos por exportación crecieron 9.8% ascendiendo a 21 millones de dólares, comparados con el mismo período del año anterior. FEMSA Cerveza implementó numerosas campañas de promoción y mercadotecnia en el mercado de Estados Unidos durante el cuarto trimestre, como por ejemplo una agresiva campaña en medios de Dos Equis, una promoción en la temporada navideña para Tecate dirigida al público hispánico, y el patrocinio de torneos de fútbol soccer principalmente en Texas, Arizona, California e Illinois. En Europa, FEMSA Cerveza lanzó una campaña promocional con Sol para los mercados de Francia y Alemania durante el cuarto trimestre.

MÁRGENES		
	4º. Trim. 99	4º. Trim. 98
Margen bruto	56.0%	49.3%
Margen de operación antes de Servicios Corporativos	17.8%	13.6%

Utilidad bruta

El costo de ventas de FEMSA Cerveza disminuyó 3.9% a 1,961 millones de pesos y la utilidad bruta registró un crecimiento de 27.1% a 2,472 millones de pesos. El margen bruto creció 6.7 puntos porcentuales, representando el 56.0% de las ventas netas, superando los márgenes brutos alcanzados por FEMSA Cerveza durante los tres trimestres anteriores de 1999. El crecimiento en volumen dio

Todas las comparaciones para el cuarto trimestre terminado en diciembre 31, 1999 en este reporte están hechas contra las cifras para el cuarto trimestre terminado en diciembre 31, 1998.

como resultado un excelente apalancamiento operativo para todo el sistema, comparado con el mismo período del año anterior y con el trimestre anterior de 1999, lo cuál repercutió en una alta absorción de costos fijos. Adicionalmente, durante el cuarto trimestre, FEMSA Cerveza continuó beneficiándose de las mismas tendencias en costos variables registradas a lo largo de 1999, tales como (i) la disminución en pesos de los costos variables denominados en dólares en comparación con el mismo período del año anterior, reflejando precios más bajos en algunos insumos y la apreciación del peso contra el dólar en términos reales, y (ii) continuos ahorros en el costo de fletes, reflejando las eficiencias logradas por Logística CCM en la operación y administración de las actividades de distribución primaria de FEMSA Cerveza. Ver “Resultados Financieros Auditados para los doce meses terminados el 31 de diciembre de 1999, comparados con los doce meses terminados el 31 de diciembre de 1998 – FEMSA Cerveza Utilidad Bruta”.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación de FEMSA Cerveza aumentaron 21.0% a 1,704 millones de pesos, representando el 38.4% de los ingresos totales, comparados con el 35.3% de los ingresos totales para el mismo período del año anterior. Los gastos de administración aumentaron 18.0% como consecuencia de mayores inversiones en tecnología de información y recursos humanos. Los gastos de ventas aumentaron 21.9%, como consecuencia de: (i) mayores inversiones en campañas de publicidad y promociones del campeonato de fútbol soccer nacional, (ii) mayores gastos de mercadotecnia y publicidad incurridos por el lanzamiento de las dos presentaciones conmemorativas del nuevo milenio de Carta Blanca y Superior, y (iii) campañas de publicidad y patrocinios en el mercado de Estados Unidos. FEMSA Cerveza ha continuado dando prioridad a la inversión para crear valor de marca (registrado como gastos de ventas), sobre descuentos y promociones (registrado como una reducción en la utilidad neta), como parte de su continuo objetivo de reforzar su estrategia para generar demanda, en lugar de empujar las ventas.

A pesar del incremento en los gastos de operación, 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 FEMSA y a Labatt, aumentó 45.7% a 789 millones de pesos, el más alto crecimiento porcentual registrado durante los últimos dos años. El margen de operación de FEMSA Cerveza antes del pago de servicios corporativos alcanzó el 17.8% de los ingresos totales, 4.2 puntos porcentuales mayor que el 13.6% registrado para el mismo período del año anterior. La Administración considera que la importante mejora en la rentabilidad del negocio, alcanzada en el cuarto trimestre de 1999, comparada con los cuartos trimestres de los últimos dos años, se atribuye a los excelentes volúmenes, mejores precios /menores descuentos, costos de materias primas más bajos, adicionalmente a la apreciación del peso contra el dólar en términos reales y a las eficiencias logradas como resultado de mejores procesos comerciales y de distribución, particularmente en las regiones centrales del país.

Coca-Cola FEMSA

Ventas Netas

Coca-Cola FEMSA registró un crecimiento en sus ventas netas de 3.1% a 3,837 millones de pesos. El crecimiento de las ventas netas se debió principalmente al moderado crecimiento del volumen en los territorios combinados de México y de Buenos Aires, así como a la mejora en el precio promedio por caja unidad en México, reflejando el incremento nominal del 12% promedio ponderado aplicado en noviembre de 1999 en el Valle de México. El crecimiento de las ventas netas para los territorios mexicanos fue de 7.0% a 2,724 millones de pesos, reflejando un crecimiento de 2.8% en el volumen y un incremento en el precio promedio por caja unidad de 4.0%. La Administración considera que el incremento en precios aplicado en noviembre de 1999 desalentó el crecimiento de los volúmenes de esos territorios durante el trimestre, sin embargo, éste contribuyó importantemente al crecimiento de ventas netas. Coca-Cola FEMSA Buenos Aires continuó registrando una disminución en sus ventas netas a pesar del crecimiento de volúmenes de 3.0%, como resultado de la disminución de 8.1% en los ingresos promedio por caja unidad en pesos Argentinos, comparados con el cuarto trimestre de 1998. No obstante, los niveles de precios para el cuarto trimestre se mantuvieron en un nivel similar al del tercer trimestre de 1999.

CAMBIO % VOLUMEN	
4º. Trim. 99 vs. 4º. Trim. 98	
	Total
México	2.8
Buenos Aires	3.0
Total	2.8

Utilidad Bruta

El costo de ventas de Coca-Cola FEMSA disminuyó 5.8% a 1,954 millones de pesos, registrando un importante incremento en el margen bruto de 4.6 puntos porcentuales, que representó el 49.6% de las ventas netas, la mayor expansión de margen bruto registrada en 1999. Las operaciones en México registraron un incremento en el margen bruto, reflejando un menor costo por caja unidad de materias primas denominadas en pesos y dólares, comparadas con el cuarto trimestre de 1998, a pesar del contenido de empaques más caros de las presentaciones no retornables y de una mayor depreciación. Las operaciones de Buenos Aires también registraron un incremento en el margen bruto, reflejando principalmente ahorros en el costo de algunas materias primas, la continua mejora en la absorción de costos fijos y las eficiencias logradas al operar bajo una estructura de costos más esbelta, comparada con el mismo período del año anterior. En general, las operaciones de Coca-Cola FEMSA continuaron beneficiándose de las tendencias favorables de precios de materias primas más bajos durante el cuarto trimestre de 1999, comparados con el mismo período del año anterior. Ver "Resultados Financieros Auditados para los doce meses terminados el 31 de diciembre de 1999, comparados con los doce meses terminados el 31 de diciembre de 1998 – Coca-Cola FEMSA

MÁRGENES		
	4º. Trim. 99	4º. Trim. 98
Margen bruto	49.6%	45.1%
Margen de operación	17.9%	13.7%

Utilidad Bruta".

Utilidad de operación

Los gastos de operación aumentaron 4.5% a 1,184 millones de pesos. Como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de operación aumentaron 0.5 puntos porcentuales a 30.7%. Los gastos de operación en los territorios mexicanos disminuyeron 0.5 puntos porcentuales como porcentaje de las ventas y se mantuvieron relativamente estables en pesos constantes, comparados con los trimestres anteriores de 1999, a pesar de los gastos estacionales y las actividades de mercado relacionadas con la época navideña de diciembre. En los territorios de Buenos Aires, los gastos de operación se incrementaron 2.5 puntos porcentuales como porcentaje de los ingresos totales, reflejando el incremento de las actividades de mercadotecnia y promocionales durante las fiestas de diciembre y los meses de verano. La utilidad de operación después de la amortización del crédito mercantil, creció 34.7% a 692 millones de pesos. El margen de operación de Coca-Cola FEMSA creció 4.2 puntos porcentuales, ascendiendo a 17.9% de los ingresos totales. Las operaciones mexicanas registraron una mejora de 6.2 puntos porcentuales a 20.9% de los ingresos totales, alcanzando un nivel récord en el margen en esos territorios, mientras que las operaciones de Buenos Aires registraron una disminución en el margen de operación de 1.0 puntos porcentuales a 12.4% de los ingresos totales.

FEMSA Empaques

Ventas Netas

Las ventas netas de FEMSA Empaques registraron una disminución de sólo 2.8% a 1,810 millones de pesos para el cuarto trimestre de 1999, principalmente como consecuencia de mayores crecimientos en los volúmenes de latas de bebidas y una menor disminución en los volúmenes de botellas de vidrio y refrigeradores, comparadas a los trimestres anteriores de 1999. El volumen de ventas de latas para bebidas y hermetapas se incrementó en 8.7% y 7.0%, respectivamente, reflejando el fuerte crecimiento en las ventas de latas de bebidas a FEMSA Cerveza y el continuo crecimiento en las exportaciones de hermetapas.

Adicionalmente, los volúmenes de ventas de botellas de vidrio decrecieron sólo 4.0% y el volumen de refrigeradores se mantuvieron relativamente estables durante el cuarto trimestre, deteniendo las tendencias negativas observadas durante los nueve primeros meses de 1999 en ambos productos. Ver "Resultados Financieros Auditados para los doce meses terminados el 31 de diciembre de 1999, comparados con los doce meses terminados el 31 de diciembre de 1998 – FEMSA Empaques Ventas Netas". Los ingresos por exportación disminuyeron 13.6% a 158 millones de pesos y representaron el 8.7% de las ventas netas. En términos de dólares, los ingresos por exportación aumentaron 2.5% a 16 millones de dólares.

CAMBIO % VOLUMENES	
4º. Trim. 99 vs. 4º. Trim. 98	
Latas de bebidas	8.7
Hermetapas	7.0
Botellas de vidrio	(4.0)
Refrigeradores	---

Utilidad bruta

El costo de ventas de FEMSA Empaques disminuyó 5.0% a 1,319 millones de pesos, reflejando (i) el efecto de la apreciación del peso contra el dólar en los costos denominados en dólares comparados con el cuarto trimestre de 1998, (ii) la continua implementación de programas de eficiencia, así como de reducción de costos y mermas para mejorar la rentabilidad, y (iii) menores costos en el acero logrados por medio de mejores negociaciones y la substitución de acero importado por nacional. La utilidad bruta de FEMSA Empaques aumentó, por primera vez en 1999, 3.4% a 503 millones de pesos y el margen bruto creció en 1.7 puntos porcentuales, a 27.8% de las ventas netas.

MÁRGENES		
	4º. Trim. 99	4º. Trim. 98
Margen bruto	27.8%	26.1
Margen de operación antes de Servicios Corporativos	19.1%	17.7%

Utilidad de Operación

Los gastos de operación permanecieron constantes en términos reales y aumentaron ligeramente como

porcentaje de los ingresos totales a 8.5%. La utilidad de operación antes del pago de servicios corporativos creció 4.9% a 349 millones de pesos y el margen de operación de FEMSA Empaques aumentó 1.4 puntos porcentuales a 19.1%, del 17.7% registrado en el cuarto trimestre de 1998. La Administración considera que el crecimiento del volumen experimentado por FEMSA Cerveza durante el cuarto trimestre y el crecimiento en los volúmenes de exportación de hermetapas, contribuyeron importantemente a la recuperación de la rentabilidad de FEMSA Empaques. Los servicios corporativos que FEMSA Empaques pagó a FEMSA en el cuarto trimestre de 1999, se incrementaron en 2.2 puntos porcentuales, a 3.2% de los ingresos totales. Dado que FEMSA Empaques es una subsidiaria 100% propiedad de FEMSA, el incremento en los servicios corporativos no afectará la utilidad operativa consolidada de FEMSA.

FEMSA Empaques continua con el proceso para desinvertir su operación de cartón, ya que la Administración considera que el cartón es un producto no estratégico para las operaciones de bebidas de la Compañía y que la industria mexicana del cartón es competitiva, tanto en precios como en calidad. La Compañía espera terminar esta transacción durante el primer trimestre del 2000. Los recursos provenientes de esta operación serán utilizados para reducir la deuda de FEMSA Empaques.

FEMSA Comercio

Ventas Netas

Las ventas netas de FEMSA Comercio crecieron 23.5% a 1,520 millones de pesos. El crecimiento de las ventas se atribuyó principalmente a (i) un incremento neto de 78 nuevas tiendas durante el cuarto trimestre y 197 nuevas tiendas en los últimos doce meses, (ii) una fuerte demanda por productos que impulsan un mayor tráfico observada a través del trimestre, y (iii) un crecimiento del 7.2% en las ventas de tiendas maduras comparativas en relación con 1998, reflejando una mejora en la venta promedio por cliente y en el tráfico por tienda. La Administración estima que el crecimiento en las ventas promedio de las tiendas maduras comparativas de la industria organizada del comercio al detalle creció aproximadamente 3% en el cuarto trimestre de 1999, una tasa de crecimiento mayor al crecimiento registrado por la industria en los primeros nueve meses del año, pero substancialmente menor al crecimiento de 7.2% registrado por la Cadena de Tiendas de Conveniencia OXXO (“OXXO” o “la Cadena OXXO”) en el trimestre. Ver “Resultados Financieros Auditados para los doce meses terminados el 31 de diciembre de 1999, comparados con los doce meses terminados el 31 de diciembre de 1998 – FEMSA Comercio-Ventas Netas”. Las estadísticas preliminares de ventas promedio de tiendas maduras comparativas de la industria del comercio al detalle en México, publicadas por la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (“ANTAD”) indican que hubo un resurgimiento del consumo privado general en el cuarto trimestre y especialmente en el mes de diciembre, en contraste con el bajo crecimiento del consumo experimentado durante los primeros nueve meses del año.

DATOS SOBRESALIENTES 4º. Trim. 99 vs. 4º. Trim. 98 CRECIMIENTO	
Nuevas Tiendas	78
Ventas netas	23.5%
Ventas tiendas maduras comparativas	7.2%
Utilidad de operación antes de Servicios Corporativos	24.6%

Utilidad bruta

FEMSA Comercio registró una utilidad bruta de 377 millones de pesos, 14.1% mayor a la del cuarto trimestre de 1998. El margen bruto disminuyó 2.0 puntos porcentuales, al representar el 24.8% de las ventas netas. La disminución en el margen bruto comparado con el mismo período del año anterior, refleja una intensificación de las estrategias promocionales durante el cuarto trimestre, en particular en las ventas de cigarrillos y bebidas.

MÁRGENES		
	4º. Trim. 99	4º. Trim. 98
Margen bruto	24.8%	26.8%
Margen de operación antes de Servicios Corporativos	5.4%	5.3%

Utilidad de Operación

Los gastos de operación aumentaron 11.5% a 295 millones de pesos y disminuyeron 2.1 puntos porcentuales como porcentaje de las ventas totales a 19.4%, comparados con el 21.5% registrado en el cuarto trimestre de 1998. El agresivo crecimiento registrado en el número de tiendas durante el cuarto trimestre se ha traducido en un importante incremento del margen de operación reflejando una disminución en los gastos operativos promedio por tienda. FEMSA Comercio registró una utilidad de operación antes de la deducción de servicios corporativos, de 81.6 millones de pesos en el cuarto trimestre de 1999, un incremento de 24.6% comparado con el mismo período del año anterior. No obstante la disminución del margen bruto, el margen operativo de FEMSA Comercio creció 0.1 puntos porcentuales a 5.4% de los ingresos totales. Los servicios corporativos pagados por FEMSA Comercio a FEMSA aumentaron 0.3 puntos porcentuales, efectivos al cuarto trimestre de 1999, a 0.6% de las ventas. Dado que FEMSA Comercio es una subsidiaria 100% propiedad de FEMSA, el incremento en los servicios corporativos no afectará los resultados consolidados de FEMSA.

**Resultados Financieros Auditados para los doce meses terminados el 31 de diciembre de 1999,
comparados con los doce meses terminados el 31 de diciembre de 1998.**

FEMSA Consolidado

Ingresos Totales/Ventas Netas

Los ingresos totales de FEMSA crecieron 4.6% a 38,627 millones de pesos y las ventas netas consolidadas aumentaron 4.8% a 38,526 millones de pesos. El crecimiento de las ventas netas para los doce meses de 1999 fue impulsado principalmente por el crecimiento de volumen y mejores precios experimentados por FEMSA Cerveza y Coca-Cola FEMSA en México, y la expansión de 197 tiendas nuevas en el caso de FEMSA Comercio. FEMSA Empaques, por su parte, ha experimentado bajos crecimientos o disminuciones de volúmenes en algunos de sus principales productos, así como menores ingresos en pesos por sus productos denominados en dólares, lo cual ha impactado negativamente las ventas netas de FEMSA Empaques y consecuentemente, el crecimiento de las ventas netas consolidadas de FEMSA.

CAMBIO % VENTAS NETAS	
Doce meses terminados en diciembre 31, 99 vs. 98	
FEMSA Consolidado	4.8
FEMSA Cerveza	7.5
Coca-Cola FEMSA	5.0
FEMSA Empaques	(4.2)
FEMSA Comercio	19.3

Utilidad Bruta

La utilidad bruta consolidada de FEMSA aumentó 12.5% a 18,858 millones de pesos, lo que representó un margen bruto consolidado a ventas netas de 48.9%, 3.3 puntos porcentuales mayor al del mismo período del año anterior. La expansión en el margen bruto consolidado refleja (i) un crecimiento de volúmenes más fuerte y una mejora en el precio de los principales productos de FEMSA, (ii) menores costos variables como resultado de la reducción de los precios en algunas de las principales materias primas de FEMSA, (iii) las continuas eficiencias productivas y economías de escala logradas principalmente en las subsidiarias de bebidas, y (iv) el efecto de la apreciación del peso contra el dólar durante los últimos doce meses, en los costos denominados en dólares. La apreciación nominal del peso contra el dólar para los últimos doce meses fue de 3.9%, comparada con una tasa inflacionaria de 12.5% en el mismo período.

CAMBIO % EN UTILIDAD DE OPERACIÓN	
Antes del pago de servicios corporativos	
Doce meses terminados en diciembre 99 vs. 98	
FEMSA Consolidado	14.9
FEMSA Cerveza	20.1
Coca-Cola FEMSA	18.1
FEMSA Empaques	(4.4)
FEMSA Comercio	45.8

Utilidad de Operación

Los gastos de operación consolidados de FEMSA incluyendo la amortización del crédito mercantil, aumentaron 11.2%, los cuales ascendieron a 12,862 millones de pesos. Como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de operación aumentaron 2.0 puntos porcentuales a 33.3%. Algunas de las subsidiarias de FEMSA pagan servicios corporativos a FEMSA, los cuales se eliminan en la consolidación y por lo tanto no tienen efecto en los gastos de operación consolidados de FEMSA, con excepción de los servicios corporativos pagados por FEMSA Cerveza a Labatt, los cuales ascendieron a 88.0 millones de pesos en los doce meses de 1999.

Todas las comparaciones para los doce meses terminados en diciembre 31, 1999 en este reporte están hechas contra las cifras para los doce meses terminados en diciembre 31, 1998.

La utilidad de operación consolidada de FEMSA (después de la participación en los resultados de compañías asociadas) aumentó 14.9% a 6,045 millones de pesos, impulsada por el incremento en la rentabilidad de todas las subsidiarias de FEMSA con excepción de FEMSA Empaques. El margen de operación consolidado de FEMSA aumentó 1.3 puntos porcentuales, a 15.6% de los ingresos totales.

Utilidad Neta

La utilidad neta consolidada de FEMSA aumentó 73.0%, de 2,259 millones de pesos registrados en los doce meses de 1998, a 3,908 millones de pesos en 1999. El crecimiento de la utilidad neta fue impulsado por (i) el incremento de 14.9% en la utilidad de operación consolidada, (ii) la disminución de 96.4% en el resultado integral de financiamiento consolidado, como consecuencia de la reducción del gasto financiero neto y la ganancia cambiaria registrada como resultado de la apreciación del peso contra el dólar durante los doce meses de 1999, y (iii) una disminución de 55.5% en otros gastos.

A diciembre de 1999, FEMSA registró un ingreso integral de financiamiento consolidado por 55 millones de pesos, comparado con un costo integral de financiamiento de 1,508 millones de pesos en el mismo período de 1998. Durante los doce meses de 1999, los gastos financieros netos consolidados disminuyeron 28.7%, comparados con los doce meses de 1998, ascendiendo a 603 millones de pesos. Esta contracción se atribuyó principalmente a la disminución del 19.0% del gasto por intereses reflejando una reducción en el saldo promedio de la deuda total de la Compañía por aproximadamente 114 millones de dólares durante 1999, comparados con 1998, y al efecto de la apreciación del peso contra el dólar en términos reales sobre los pagos de intereses de la deuda denominada en dólares. Como resultado de la apreciación nominal de 3.9% del peso en los doce meses de 1999, comparada con una depreciación de 22.7% en los doce meses de 1998, FEMSA registró una ganancia cambiaria consolidada de 112 millones de pesos, comparada con una pérdida cambiaria consolidada por 1,677 millones de pesos registrada en los doce meses de 1998. La ganancia cambiaria fue ligeramente compensada por una pérdida cambiaria de aproximadamente 157 millones de pesos registrada en los doce meses de 1999, como consecuencia de pérdidas generadas por la compra de contratos de dólares a futuro. Al 31 de diciembre de 1999, la Compañía había contratado contratos de dólares a futuro por 475 millones de dólares que vencerán durante el año 2000 y tienen una tasa de cambio promedio ponderado de 10.9470 pesos por dólar. La ganancia por posición monetaria ascendió a 436 millones de pesos, 57.0% inferior, debido principalmente a la menor tasa de inflación presentada en los doce meses de 1999, en comparación con el mismo período de 1998.

FEMSA y sus subsidiarias registraron impuestos sobre la renta, impuestos sobre activos y participación de utilidades a los trabajadores por 1,852 millones de pesos, lo que representó un incremento de 89.9%. Este incremento fue consecuencia de: (i) el aumento en los ingresos gravables, principalmente como resultado del crecimiento en la utilidad de operación y de la ganancia registrada en el resultado integral de financiamiento, y (ii) el efecto de la consolidación fiscal, que ha generado un pago adicional de impuestos para FEMSA, reflejando el hecho de que las compañías subsidiarias empezaron a amortizar sus pérdidas fiscales de ejercicios anteriores, mismas que ya habían sido amortizadas por la compañía tenedora, para compensar sus utilidades fiscales. Adicionalmente, la provisión de impuestos de impuestos sobre la renta, impuestos sobre activos y participación de utilidades a los trabajadores al 31 de diciembre de 1999, incluye un crédito beneficio fiscal por concepto de recuperación de impuesto al activo. Dicho crédito se generó por los cambios en la estructura de tenencia accionaria de la Compañía relacionados con la reestructuración VISA -FEMSA, la cual tuvo lugar en 1998, y asciende a 315 millones de pesos, cantidad registrada en su totalidad en 1999. El criterio para registrar dicho crédito es sostenible de acuerdo con las autoridades fiscales mexicanas y, aunque la Compañía aún no a recibido confirmación por escrito autorizando dicho crédito fiscal, la Administración cree que la misma se obtendrá en los próximos meses. La tasa impositiva promedio de la Compañía para los doce meses de 1999 fue 32.2%, comparada con una tasa impositiva promedio de 30.1% para el mismo período de 1998

Doce meses	Por Unidad ¹	
	1999	1998
Pesos		
Util. Neta mayoritaria	2,743	1,417
Flujo Bruto de Operación ³	8,451	7,372

Todas las comparaciones para los doce meses terminados en diciembre 31, 1999 en este reporte están hechas contra las cifras para los doce meses terminados en diciembre 31, 1998.

La utilidad neta mayoritaria consolidada ascendió a 2,930 millones de pesos para los doce meses de 1999, comparada con 1,514 millones de pesos registrados en los doce meses de 1998. La utilidad neta mayoritaria por unidad FEMSA UBD¹ ascendió a 2.743 pesos, comparada con 1.417 pesos para el mismo período del año anterior. La utilidad neta mayoritaria por ADR² de FEMSA ascendió a 2.893 dólares para 1999.

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

¹Las unidades de FEMSA consisten en Unidades FEMSA UBD y Unidades FEMSA UB. Cada unidad FEMSA UBD está compuesta por una acción Serie B, dos acciones Serie D-B y dos acciones Serie D-L. Cada unidad FEMSA UB está compuesta por cinco acciones Serie B. El número de Unidades FEMSA en circulación al 31 de diciembre de 1999 fue 1,068,268,090, equivalente al número total de acciones en circulación al 31 de diciembre 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 31 de diciembre de 1999, dividido entre 10.

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

Futuro impacto de nuevos requerimientos contables

Durante 1998, El Instituto Mexicano de Contadores Públicos emitió el Boletín D-4 revisado “Tratamiento Contable del Impuesto Sobre la Renta y de la Participación de los Trabajadores en la Utilidad”. La aplicación de este nuevo boletín es obligatoria para todas las compañías mexicanas a partir de Enero del 2000.

Si la Compañía hubiera aplicado los lineamientos de este boletín a partir de 1999, hubiera registrado un pasivo de impuestos diferidos por Ps. 3,997 millones de pesos y una reducción en el capital contable por la misma cantidad. El efecto en la utilidad neta mayoritaria del año, hubiese sido una disminución de Ps. 388 millones. El efecto inicial de la aplicación de este nuevo boletín en Enero 1 del 2000, será registrado como un ajuste a las utilidades retenidas en esa fecha.

Es importante mencionar que el efecto de 1999 en la utilidad neta mayoritaria anteriormente descrito, no necesariamente es representativo del efecto, por este concepto, en la utilidad neta mayoritaria en el futuro, dependerá de las diferencias temporales que se generen durante el año.

Los efectos de la aplicación de este nuevo boletín en los Estados Financieros de la Compañía, determinados bajo PCGA en México, se estima que sean substancialmente los mismos de la aplicación de Statement of Financial Accounting Standards No. 109 “Accounting for Income Tax” (SFAS No. 109) de los Principios Generalmente Aceptados en Estados Unidos (“US GAAP”). Sin embargo, el nuevo boletín no requiere el reconocimiento de un pasivo por participación de los trabajadores en la utilidad.

FEMSA Cerveza

Ventas netas

Las ventas netas de FEMSA Cerveza crecieron 7.5% a 15,936 millones de pesos, como resultado de (i) el incremento de 4.8% en los embarques totales, (ii) un incremento del 2.8% en los ingresos domésticos por hectolitro, reflejando el incremento en el precio doméstico de la cerveza realizado el 1ero. de enero de 1999, y (iii) un incremento de casi un punto porcentual en la proporción de las presentaciones de lata en los embarques domésticos, representando el 18.3% de la mezcla total. Los embarques domésticos de FEMSA Cerveza crecieron 4.2% a 22.098 millones de hectolitros. La Administración considera que la participación de mercado de FEMSA Cerveza durante 1999 se mantuvo estable comparada con 1998. El crecimiento doméstico de la industria en 1999 es principalmente resultado de (i) un desempeño de la economía mejor al esperado, lo cuál se tradujo en un incremento

en el poder adquisitivo ante la generación de mayores tasas de empleo y una inflación decreciente (variables macroeconómicas críticas que impulsan la demanda doméstica), (ii) un incremento en la demanda generado por la población de adultos jóvenes que ingresaron a la edad reglamentaria para consumir bebidas de moderación, y (iii) las continuas actividades competitivas y promocionales que los participantes de la industria llevan a cabo, las cuales impulsan el crecimiento de volúmenes. La Administración cree que el consumo per capita de cerveza en México durante 1999, no creció significativamente y continúa siendo más bajo que en las economías desarrolladas, lo que representa un importante potencial de crecimiento para la industria cervecera mexicana en el futuro.

DATOS SOBRESALIENTES	
Doce meses terminados dic. 31, 1999	
CAMBIO %	
Volumen Doméstico	4.2
Volumen Exportación	14.3
Volumen total	4.8
Ventas Netas	7.5
Utilidad de Operación antes de Servicios Corporativos	20.1

Los embarques de Sol, XX Lager y Tecate aumentaron 18.6%, 3.6% y 3.7%, respectivamente. Otras marcas tales como Bohemia, Tecate Light e Indio también registraron tasas de crecimiento de aproximadamente 9% durante los doce meses de 1999, aunque ellas representan un pequeño porcentaje de los embarques domésticos totales de FEMSA Cerveza. Los embarques de exportación crecieron 14.3%, ascendiendo a 1.511 millones de hectolitros. Los embarques a Norteamérica incluyendo Canadá, aumentaron 19.0% y representaron el 88.9% de los embarques totales de exportación. En el mercado de Estados Unidos el volumen de ventas de Tecate aumentó 18.1%, Sol 86.4% y XX Lager 27.6%. Los embarques a Asia crecieron 39% en los doce meses de 1999, aunque este mercado representa el 3.5% de los embarques totales de exportación. Los ingresos por exportación aumentaron 1.1% a 1,000 millones de pesos y en términos de dólares, los ingresos de exportación crecieron 14.3%, al ascender a 100.6 millones de dólares. La Administración considera que la campaña de lanzamiento de Sol en el mercado de Estados Unidos continúa siendo un éxito, manifestado por la gran aceptación y reconocimiento que experimentó la marca durante 1999 en los mercados de Texas, California, Colorado y Arizona. Se espera que la siguiente fase del programa de lanzamiento de Sol en los Estados Unidos incluya una mayor cobertura en ciudades adicionales de los estados de Texas, Colorado, Arizona, Nuevo México y California, y el lanzamiento de la marca en dos estados más dentro de la región de la franja del sol, así como dos estados del noroeste. FEMSA Cerveza continúa invirtiendo en la construcción de valor de marca en el mercado de Estados Unidos, a través de importantes campañas de publicidad y medios para Dos Equis Lager y Dos Equis Ambar y una mayor penetración de la marca Tecate en el mercado hispanico, el cual ha estado creciendo a tasas muy atractivas.

MÁRGENES		
Doce meses terminados en diciembre 31	1999	1998
Margen bruto	54.6%	50.5%
Margen de operación antes de Servicios Corporativos	18.2%	16.3%

Utilidad bruta

El costo de ventas de FEMSA Cerveza disminuyó ligeramente 1.1%, ascendiendo a 7,334 millones de pesos y la utilidad bruta registró un crecimiento de 16.2% al llegar a 8,701 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 4.1 puntos porcentuales, representando el 54.6% de las ventas netas, debido a: (i) una disminución en términos reales de los costos de las principales materias primas de FEMSA

Cerveza como granos y latas de bebidas, como consecuencia de menores precios en algunos insumos, (ii) el efecto de la apreciación del peso contra el dólar en las materias primas denominadas en dólares, (iii) una reducción de aproximadamente 6.5% en el costo de transporte, como resultado de mayores eficiencias obtenidas por Logística CCM en la operación de la distribución primaria y los procesos de logística de FEMSA Cerveza, y (iv) el efecto del apalancamiento del crecimiento de volúmenes sobre una estructura de costos fijos relativamente estable.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación de FEMSA Cerveza aumentaron 13.9% llegando a 5,825 millones de pesos y representaron el 36.3% de los ingresos totales, comparados con el 34.3% para el mismo período del año anterior. El incremento en los gastos de operación se debe principalmente a (i) la intensificación de actividades relacionadas con la oferta y demanda del producto en respuesta al ambiente competitivo prevaleciente en el mercado doméstico, (ii) un programa de incentivos de largo plazo más agresivo para el personal de la Compañía, incluyendo a la fuerza de ventas, y (iii) a los continuos esfuerzos para incrementar el reconocimiento de marca en el mercado doméstico y de exportación, los cuáles se han traducido en un incremento en los patrocinios de eventos culturales y deportivos. Entre las más importantes campañas de imagen en 1999, sobresalen las campañas para revitalizar las marcas de Carta Blanca y Superior en sus respectivos mercados, esfuerzos que culminaron exitosamente con el lanzamiento de dos presentaciones especiales para el nuevo milenio, con atractivos e innovativos envases. Ambas presentaciones fueron y continuarán siendo vendidas a mayores precios que los de sus marcas "hermanas". A pesar del incremento en gastos comerciales registrado en 1999 en el mercado doméstico, la Administración considera que las inversiones realizadas para generar valor y lealtad de marca realizadas durante los pasados dos años están empezando a rendir resultados, especialmente con respecto al segmento de población de jóvenes adultos, donde los indicadores de preferencia de marca de 1999 mejoraron en comparación con el año anterior. 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 FEMSA y a Labatt, aumentó 20.1%, ascendiendo a 2,924 millones de pesos. El margen de operación de FEMSA Cerveza antes del pago de servicios corporativos creció 1.9 puntos porcentuales, representando el 18.2% de los ingresos totales.

Procedimientos recientes

En enero 24 del 2000, la Comisión Federal de Competencia notificó a FEMSA Cerveza que estaba revisando las prácticas de establecimiento de precios de la industria cervecera mexicana y requirió cierta información como parte de esta revisión. FEMSA Cerveza está cooperando totalmente con la Comisión.

Coca-Cola FEMSA

Ventas Netas

Las ventas netas de Coca-Cola FEMSA registraron un crecimiento del 5.0% a 14,155 millones de pesos en 1999. El crecimiento de las ventas netas se debe principalmente al crecimiento del volumen en los territorios mexicanos y de Buenos Aires y a un mejor precio promedio por caja unidad en México, reflejando el efecto acumulado de los incrementos de precio efectuados en los territorios mexicanos durante los doce meses del año. Coca-Cola FEMSA registró un crecimiento de volumen de 4.2% en los territorios mexicanos combinados y una mejora en el ingreso promedio por caja unidad en términos reales de aproximadamente 2.6%. La Administración estima que los volúmenes de Coca-Cola FEMSA crecieron por encima de la industria de refrescos en México, la cual registró un bajo crecimiento en 1999, pero ligeramente por debajo del sistema Coca-Cola en México, el cual creció aproximadamente 6% en 1999. La Administración considera que el crecimiento de Coca-Cola FEMSA fue menor que el crecimiento del sistema Coca-Cola en México en 1999 debido a dos razones fundamentales: (i) los esfuerzos más proactivos por parte de Coca-Cola FEMSA de incrementar precios durante el año en sus territorios comparado con otros embotelladores en el país y (ii) como consecuencia de comparaciones muy difíciles año contra año durante 1999 para Coca-Cola FEMSA debido a los extraordinarios crecimientos de volúmenes registrados en 1997 y 1998. La Administración considera que el mayor crecimiento experimentado por el sistema Coca-Cola comparado con la industria de los refrescos en México, continúa reflejando las ganancias en participación de mercado de otros embotelladores en el país, en lugar del crecimiento de consumo per capita o un importante resurgimiento en la demanda de refrescos en 1999.

CAMBIO % VOLUMEN	
Doce meses terminados en diciembre 31, 1999	
	Total
México	4.2
Buenos Aires	6.5
Total	4.7

En el territorio de Buenos Aires, Coca-Cola FEMSA registró un crecimiento de volúmenes de 6.5% en 1999. Mientras que las condiciones económicas en Argentina permanecieron desfavorables a través del año, la Administración considera que la industria de refrescos en general, incluyendo las "marcas genéricas" creció aproximadamente 6.5% en 1999, reflejando incrementos en consumo per capita de refrescos en Argentina. Mientras que en 1999 un gran porcentaje del incremento del consumo ha sido capturado por las marcas genéricas como resultado de las difíciles condiciones económicas prevalecientes en ese país. La Administración cree que Coca-Cola FEMSA está bien posicionada para capturar mayor participación de dicho consumo, en la medida en que continúe posicionando las marcas de Coca-Cola como la mejor alternativa de preferencia para ese mercado. Los precios en los territorios de Buenos Aires se deterioraron durante el primer semestre de 1999, pero permanecieron relativamente estables durante la segunda mitad del año. No obstante, comparados con 1998, el ingreso promedio por caja unidad disminuyó aproximadamente 6.1% en 1999.

Utilidad Bruta

El costo de ventas de Coca-Cola FEMSA creció 0.2% a 7,503 millones de pesos y se registró un incremento en el margen bruto de 2.4 puntos porcentuales, representando el 47.4% de las ventas netas en 1999. Aproximadamente el 85% del incremento de la utilidad bruta se atribuyó a las operaciones mexicanas, reflejando un fuerte crecimiento de ingresos en estos territorios, así como menores costos variables por caja unidad en 1999. Las operaciones mexicanas se vieron beneficiadas por la importante disminución en los costos de materias primas como azúcar, fructuosa, latas y preformas de PET, ambos como consecuencia de la apreciación real del peso contra el dólar y como resultado de menores precios en algunos insumos, así como por mejores negociaciones con los principales proveedores durante 1999. La mejora en el margen bruto en México fue lograda a pesar del

MÁRGENES		
Doce meses terminados en diciembre 31	1999	1998
Margen bruto	47.4%	45.0%
Margen de operación	14.5%	12.8%

Todas las comparaciones para los doce meses terminados en diciembre 31, 1999 en este reporte están hechas contra las cifras para los doce meses terminados en diciembre 31, 1998.

continuo cambio en la mezcla de productos hacia presentaciones PET no retornables y mayores costos de mantenimiento y de depreciación.

Las operaciones de Buenos Aires también registraron una importante expansión en su margen bruto, principalmente como resultado de la disminución en los costos de ciertos materiales de empaque y materias primas, de la continua disminución de costos fijos y mayores eficiencias logradas en las áreas de producción y distribución.

Durante el tercer trimestre de 1999, Coca-Cola FEMSA México cargó la mayoría de los gastos de amortización relacionados con bajas de activos fijos al costo de ventas. Antes del tercer trimestre de 1999, los gastos por este concepto se registraban como otros gastos, después de los resultados de operación. Los montos correspondientes al primer y segundo trimestre de 1999, fueron reclasificados de forma retroactiva en los resultados de operación. Esta reclasificación disminuyó la utilidad operativa aproximadamente 46 millones de pesos en los doce meses de 1999. Aunque la reclasificación disminuye la utilidad de operación, ésta es un cargo virtual, por lo que no afecta el flujo bruto de operación ni la utilidad neta de Coca-Cola FEMSA.

Utilidad de operación

Los gastos de operación aumentaron 7.8% a 4,531 millones de pesos en 1999. Como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de operación aumentaron 1.0 puntos porcentuales a 31.9%. El incremento en los gastos de operación es principalmente resultado de (i) la continua implementación de sistemas de tecnología de información en las operaciones de Coca-Cola FEMSA y consecuentemente, mayores inversiones en capital humano, y (ii) mayores gastos de mercadotecnia y promocionales en ambos territorios. Coca-Cola FEMSA continúa implementando innovativas campañas de promoción para fortalecer el valor de marca en México e incrementar el consumo per capita en Buenos Aires, además de su actual programa de colocación de refrigeradores y el lanzamiento de nuevas presentaciones en ambos territorios. Entre las más importantes campañas implementadas en 1999 se encuentra la campaña de promoción de “hielocos” dirigida hacia niños, la promoción de cubiertos de mesa dirigida a familias, el patrocinio de eventos deportivos y musicales con Fanta y Sprite y el famoso desfile de Navidad en México, acompañado con innovativas promociones relacionadas con las festividades navideñas. En Buenos Aires, Coca-Cola FEMSA también lanzó la promoción de “hielocos” y patrocinó eventos deportivos y comunitarios con Sprite y Fanta, además de su programa de colocación de refrigeradores y los lanzamientos de nuevas presentaciones. No obstante el incremento en los gastos de operación, la utilidad de operación después de la amortización del crédito mercantil creció 18.1%, ascendiendo a 2,056 millones de pesos, como resultado de: (i) un incremento de 17.7% en la utilidad de operación de Coca-Cola FEMSA en México, y (ii) el crecimiento de 11.5% en la utilidad de operación de Coca-Cola FEMSA Argentina. El margen de operación de Coca-Cola FEMSA creció 1.7 puntos porcentuales, a 14.5% de los ingresos totales.

FEMSA Empaques

Ventas Netas

En 1999, las ventas netas de FEMSA Empaques registraron una disminución de 4.2%, a 6,687 millones de pesos, a pesar de los crecimientos en volúmenes de la lata de bebidas, hermetapas, cartón y etiquetas. La disminución en las ventas netas registrada por FEMSA Empaques para los doce meses de 1999 se atribuye principalmente a (i) al efecto negativo de la apreciación del peso en las ventas registradas para productos de empaque denominados en dólares, tales como latas de bebidas y hermetapas, y (ii) la reducción en los volúmenes de botellas de vidrio y refrigeradores.

CAMBIO % VOLUMENES	
Doce meses terminados en diciembre 31, 1999	
Latas de bebidas	6.5
Hermetapas	15.5
Botellas de vidrio	(13.6)
Refrigeradores	(27.6)

El rápido cambio en la mezcla de presentaciones de la industria de refrescos 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, las cuales FEMSA Empaques ha tratado de compensar captando clientes terceros, aunque el efecto neto al 31 de diciembre de 1999 continúa siendo negativo; (ii) consecuentemente, menor demanda de hermetapas, la cual FEMSA Empaques ha compensado al exportar hermetapas a los Estados Unidos, Canadá y otros países en Latinoamérica. FEMSA Empaques estima que la industria de botellas de vidrio se contrajo en 8% en 1999. Adicionalmente, la misma tendencia que ha afectado la demanda de botellas de vidrio, ha afectado la demanda por latas de bebida. La Administración estima que los volúmenes de la industria doméstica de latas de bebida sufrieron una disminución de aproximadamente 8%. Impulsada principalmente por una contracción de la demanda de la industria de refrescos (la proporción de presentaciones de lata dentro de la mezcla total continuó creciendo en la industria de la cerveza). El volumen de latas de bebidas de FEMSA Empaques aumentó 6.5% y los precios domésticos en dólares disminuyeron por aproximadamente 3.2% en 1999, reflejando la reducción en el costo del aluminio. Los precios de otros de los principales productos de FEMSA Empaques permanecieron estables o disminuyeron ligeramente en términos reales.

Las tendencias antes mencionadas han impactado los volúmenes de venta de FEMSA Empaques durante los doce meses de 1999, aunado al hecho de que los precios de los productos metálicos están denominados en dólares, resultando todo lo anterior en una disminución de las ventas netas de FEMSA Empaques para los doce meses de 1999. La Administración considera que los volúmenes de la industria doméstica de refrigeración también han sufrido una importante disminución como consecuencia de la saturación en algunos mercados y 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 13.2% a 550 millones de pesos y representaron el 8.2% de las ventas netas. En términos de dólares, los ingresos por exportación disminuyeron 2.1% a 55 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, reflejando una mayor competitividad en los mercados a los cuales FEMSA Empaques exporta, lo cual hace a las exportaciones menos atractivas, dado el alto costo del flete incurrido al transportar latas de bebidas.

Utilidad bruta

El costo de ventas de FEMSA Empaques disminuyó 4.5% a 4,991 millones de pesos, y el margen bruto permaneció relativamente estable en 25.8% de las ventas netas. La utilidad bruta disminuyó 3.8% reflejando (i) una disminución de las ventas netas, (ii) un decremento en el margen bruto en las operaciones de lata para

MÁRGENES		
Doce meses terminados en diciembre 31	1999	1998
Margen bruto	25.8%	25.7%
Margen de operación antes de Servicios Corporativos	16.9%	17.0%

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

Utilidad de Operación

Los gastos de operación disminuyeron 2.4%, al llegar a 587 millones de pesos y permanecieron relativamente estables en 8.7% comparados con el año anterior. La utilidad de operación antes del pago de servicios corporativos disminuyó 4.4% a 1,138 millones de pesos, debido principalmente a la disminución de las ventas netas y de la utilidad bruta. El margen de operación para los productos cuyos precios de venta son denominados en dólares, como latas de bebidas y hermetapas, tiene una tendencia a contraerse cuando el peso se aprecia en términos reales, y a expandirse cuando el peso se deprecia en términos reales, reflejando el hecho de que el costo y la estructura de gastos para esos productos, con la excepción de las materias primas, están denominados en pesos. No obstante la permanencia de un ambiente con un tipo de cambio muy fuerte para el peso durante 1999 (la cual afectó la rentabilidad de los negocios de productos metálicos), la Administración considera que la mejora en la rentabilidad registrada durante el último semestre de 1999, se atribuye principalmente al crecimiento en ventas de FEMSA Cerveza, ya que una de las variables más importantes que impulsan la demanda de los productos de empaques, es el crecimiento en los volúmenes de FEMSA Cerveza. FEMSA Empaques registró un margen operativo antes de servicios corporativos de 16.9% en 1999, comparado con un 17.0% registrado en 1998.

FEMSA Comercio

Ventas Netas

Las ventas netas de FEMSA Comercio crecieron 19.3%, ascendiendo a 5,595 millones de pesos. Esto se compara con un crecimiento en ventas totales de aproximadamente 6.5% registrado por la industria organizada del comercio al detalle en México, de acuerdo a la ANTAD. La Administración considera que rápido ritmo de crecimiento de la Cadena Oxxo con relación a la industria, se atribuye principalmente a (i) una expansión más rápida del espacio de ventas, (ii) mayor crecimiento en las ventas de tiendas maduras comparativas, y (iii) un incremento mayor en el tráfico y venta por cliente registrado por OXXO en 1999, comparado con el resto de la industria al detalle organizada.

DATOS SOBRESALIENTES Doce meses terminados en diciembre 31, 1999 CRECIMIENTO	
Total tiendas	1,197
Tiendas nuevas	197
Ventas netas	19.3%
Ventas tiendas maduras comparativas	7.2%
Utilidad de operación antes de Servicios Corporativos	45.8%

La Cadena OXXO tuvo un incremento neto de 197 nuevas tiendas durante 1999. La Administración considera que el rápido ritmo de crecimiento de la cadena OXXO se ha transformado en ganancias de participación de mercado, principalmente de los comercios al detalle informales y no organizados en México. Adicionalmente las ventas de tiendas maduras comparativas crecieron 7.2% en 1999, comparado con la tasa de crecimiento promedio de las ventas de tiendas maduras comparativas de aproximadamente 0.5% registrado por la industria, de acuerdo con los últimos datos reportados por la ANTAD en 1999. La Administración atribuye el alto crecimiento en ventas de tiendas maduras comparativas registrado por Oxxo con relación a la industria a (i) una mayor demanda por productos de alta frecuencia, tales como bebidas, botanas y cigarros, comparada con la demanda de otros productos de la industria del comercio al menudeo que OXXO no vende, como aparatos, ropa y otras mercancías; (ii) el crecimiento en el tráfico como resultado de las continuas y más agresivas campañas promocionales, y (iii) a la rápida maduración de las 130 nuevas tiendas abiertas en 1998.

MÁRGENES		
Doce meses terminados en diciembre 31	1999	1998
Margen bruto	24.9%	25.0%
Margen de operación antes de Servicios Corporativos	4.5%	3.7%

Utilidad bruta

FEMSA Comercio registró una utilidad bruta de 1,392 millones de pesos, 18.6% mayor a la de los doce meses de 1998. El margen bruto permaneció relativamente estable representando el 24.9% de las ventas netas, a pesar de los continuos esfuerzos promocionales llevados a cabo durante el año, como resultado del incremento en las economías de escala y del mejor poder de compra con proveedores. La Administración considera que el margen bruto de FEMSA Comercio, en el futuro, se deberá estabilizar a niveles similares a los de 1998.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación aumentaron 13.9% a 1,139 millones de pesos, sin embargo, éstos disminuyeron como porcentaje de los ingresos totales de 21.3% en los doce meses de 1998, a 20.4% en el mismo período de 1999. El incremento de los gastos de operación se debe principalmente a (i) un aumento en el número total de tiendas, y (ii) una infraestructura corporativa ligeramente mayor como consecuencia del importante crecimiento en el tamaño de la cadena. El gasto promedio por tienda continúa disminuyendo, reflejando eficiencias en la administración de las tiendas y en los procesos operativos de la cadena Oxxo. Adicionalmente se incrementó la publicidad por radio y los esfuerzos de mercadotecnia en puntos de venta durante 1999 para continuar construyendo valor de marca para la Cadena OXXO. FEMSA Comercio registró una utilidad de operación antes del pago por servicios corporativos de 253 millones de pesos en los doce

meses de 1999, 45.8% mayor a la de 1998. El margen de operación de FEMSA Comercio antes del pago de servicios corporativos aumentó 0.8 puntos porcentuales a 4.5% de los ingresos totales.

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

###

- siguen 4 páginas de tablas



ESTADO DE RESULTADOS

Por el cuarto trimestre terminado el 31 de Diciembre de 1999 y 1998

En millones de pesos del 31 de Diciembre de 1999

	FEMSA Cerveza		Coca-Cola FEMSA		FEMSA Empaques		FEMSA Comercio		Amoxxo		FEMSA Logística		FEMSA Consolidado	
	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998
Ventas Netas	4,415.0	3,946.5	3,837.0	3,722.1	1,809.7	1,862.5	1,519.8	1,231.0	360.0	324.9	320.8	285.5	10,437	9,943
Ingresos de Operación	17.9	37.9	21.1	29.4	12.6	12.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25	42
Ingresos Totales	4,432.9	3,984.4	3,858.1	3,751.5	1,822.3	1,874.5	1,519.8	1,231.0	360.0	324.9	320.8	285.5	10,462	9,985
Costo Ventas	1,960.7	2,039.8	1,953.9	2,073.7	1,319.3	1,388.2	1,143.0	900.7	327.9	297.2	284.3	243.2	5,128	5,491
Margen Operación	2,472.2	1,944.6	1,904.2	1,677.8	503.0	486.3	376.8	330.3	32.1	27.7	36.5	42.3	5,334	4,494
Gastos Operación	1,703.5	1,407.7	1,183.8	1,132.5	154.3	153.9	295.2	264.8	45.2	47.5	16.2	19.1	3,541	3,145
Utilidad Operación	768.7	536.9	720.4	545.3	348.7	332.4	81.6	65.5	(13.1)	(19.8)	20.3	23.2	1,793	1,349
L-USA/Goodwill	20.6	4.8	(28.5)	(31.7)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	21	5
Uafir Comparable	789.3	541.7	691.9	513.6	348.7	332.4	81.6	65.5	(13.1)	(19.8)	20.3	23.2	1,814	1,354
Servicios Corporativos	70.5	113.5	0.0	0.0	58.3	18.7	9.2	3.7	0.0	0.0	0.0	(0.8)	0	0
UAFIR	718.8	428.2	691.9	513.6	290.4	313.7	72.4	61.8	(13.1)	(19.8)	20.3	24.0	1,814	1,354
Depreciación	185.2	140.0	135.8	141.5	59.7	61.0	10.2	10.3	1.6	0.6	11.8	11.3	408	365
Cargos Virtuales	218.8	200.6	129.5	86.7	15.9	7.8	11.4	10.8	3.0	3.1	0.8	2.3	386	309
Ebitda	1,122.8	768.8	957.2	741.8	366.0	382.5	94.0	82.9	(8.5)	(16.1)	32.9	37.6	2,608	2,028

Antes de Servicios Corp

UAFIR / Ingresos totales	17.8	13.6	17.9	13.7	19.1	17.7	5.4	5.3	(3.6)	(6.1)	6.3	8.1	17.3	13.5
EBITDA / Ingresos totales	26.9	22.1	24.8	19.8	23.3	21.4	6.8	7.0	(2.4)	(5.0)	10.3	12.9	24.9	20.3

Después de Servicios Corp

UAFIR / Ingresos totales	16.2	10.7	17.9	13.7	15.9	16.7	4.8	5.0	(3.6)	(6.1)	6.3	8.4	17.3	13.5
EBITDA / Ingresos totales	25.3	19.3	24.8	19.8	20.1	20.4	6.2	6.7	(2.4)	(5.0)	10.3	13.2	24.9	20.3

Inversión en activo fijo (1)	657.6	521.3	264.6	440.1	(11.1)	172.8	123.4	110.1	(13.8)	18.8	13.7	(6.9)	1,015.4	1,209.5
-------------------------------------	-------	-------	-------	-------	--------	-------	-------	-------	--------	------	------	-------	---------	---------

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



ESTADO DE RESULTADOS

Por los doce meses terminados el 31 de Diciembre de 1999 y 1998

En millones de pesos del 31 de Diciembre de 1999

	FEMSA Cerveza		Coca-Cola FEMSA		FEMSA Empaques		FEMSA Comercio		Amoxxo		FEMSA Logística		FEMSA Consolidado	
	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998
	Ventas Netas	15,935.5	14,821.2	14,155.0	13,481.3	6,687.4	6,983.0	5,595.1	4,690.7	1,341.6	1,052.9	1,203.4	983.3	38,526
Ingresos de Operación	99.7	85.4	52.4	108.7	28.5	36.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	101	173
Ingresos Totales	16,035.2	14,906.6	14,207.4	13,590.0	6,715.9	7,019.5	5,595.1	4,690.7	1,341.6	1,052.9	1,203.4	983.3	38,627	36,926
Costo Ventas	7,334.2	7,416.4	7,503.3	7,520.0	4,991.4	5,227.8	4,202.7	3,516.7	1,222.6	960.2	1,030.2	833.9	19,769	20,160
Margen Operación	8,701.0	7,490.2	6,704.1	6,070.0	1,724.5	1,791.7	1,392.4	1,174.0	119.0	92.7	173.2	149.4	18,858	16,766
Gastos Operación	5,825.4	5,114.0	4,530.6	4,203.6	586.6	601.3	1,139.1	1,000.3	131.7	149.7	72.2	63.9	12,862	11,566
Utilidad Operación	2,875.6	2,376.2	2,173.5	1,866.4	1,137.9	1,190.4	253.3	173.7	(12.7)	(57.0)	101.0	85.5	5,996	5,200
L-USA/Goodwill	48.7	58.9	(117.7)	(125.3)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	49	59
Uafir Comparable	2,924.3	2,435.1	2,055.8	1,741.1	1,137.9	1,190.4	253.3	173.7	(12.7)	(57.0)	101.0	85.5	6,045	5,259
Servicios Corporativos	293.7	247.0	0.0	0.0	107.2	70.2	21.4	14.1	0.0	0.0	0.0	5.5	0	0
UAFIR	2,630.6	2,188.1	2,055.8	1,741.1	1,030.7	1,120.2	231.9	159.6	(12.7)	(57.0)	101.0	80.0	6,045	5,259
Depreciación	765.5	714.3	568.8	436.4	243.0	246.3	46.1	43.5	6.5	4.1	46.7	43.4	1,685	1,495
Cargos Virtuales	678.5	599.8	511.3	439.5	36.4	21.4	38.2	38.2	11.8	11.4	3.1	2.9	1,298	1,121
Ebitda	4,074.6	3,502.2	3,135.9	2,617.0	1,310.1	1,387.9	316.2	241.3	5.6	(41.5)	150.8	126.3	9,028	7,875

Antes de Servicios Corp

UAFIR / Ingresos totales	18.2	16.3	14.5	12.8	16.9	17.0	4.5	3.7	(0.9)	(5.4)	8.4	8.7	15.6	14.2
EBITDA / Ingresos totales	27.2	25.2	22.1	19.3	21.1	20.8	6.0	5.4	0.4	(3.9)	12.5	13.4	23.4	21.3

Después de Servicios Corp

UAFIR / Ingresos totales	16.4	14.7	14.5	12.8	15.3	16.0	4.1	3.4	(0.9)	(5.4)	8.4	8.1	15.6	14.2
EBITDA / Ingresos totales	25.4	23.5	22.1	19.3	19.5	19.8	5.7	5.1	0.4	(3.9)	12.5	12.8	23.4	21.3

Inversión en activo fijo (1)	2,273.5	1,940.0	854.7	1,570.0	123.5	599.0	321.4	198.0	2.5	92.0	68.2	188.0	3,594.8	4,629.0
------------------------------	---------	---------	-------	---------	-------	-------	-------	-------	-----	------	------	-------	---------	---------

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



INFORMACIÓN OPERATIVA

Por el cuarto trimestre y los doce meses terminados el
31 de diciembre de 1999 y 1998

FEMSA Cerveza

Volumen de Ventas (Miles de hectolitros)	Por el cuarto trimestre de:			Acumulado al 31 de diciembre de:		
	1999	1998	%Var	1999	1998	%Var
Nacional:						
Retornable	4,391	4,158	5.6	17,306	16,859	2.7
No retornable	214	175	22.1	757	672	12.6
Lata	1,132	1,008	12.3	4,035	3,685	9.5
Total nacional	5,737	5,341	7.4	22,098	21,216	4.2
Exportación	319	287	11.2	1,511	1,322	14.3
Total volumen	6,056	5,627	7.6	23,609	22,537	4.8
Ingresos exportación:						
Millones Ps.	204.2	220.9	(7.6)	1,004.4	993.0	1.1
US Millones	21.2	19.3	9.8	100.6	88.0	14.3

Coca-Cola FEMSA

Volumen de Ventas (Millones de cajas unidad)	Por el cuarto trimestre de:			Acumulado al 31 de diciembre de:		
	1999	1998	%Var	1999	1998	%Var
México	105.9	103.1	2.8	418.1	401.2	4.2
Buenos Aires	38.3	37.1	3.0	126.1	118.4	6.5
Total	144.2	140.2	2.8	544.2	519.6	4.7

Mezcla por Presentación (%) (Retornable / No retornable)	Por el cuarto trimestre de:		Acumulado al 31 de diciembre de:	
	1999	1998	1999	1998
México	44/56	47/53	45/56	51/49
Buenos Aires	10/90	9/91	10/90	11/89
Total	35/65	37/63	37/63	42/58

Mezcla por producto (%) (Colas/Sabores/Agua)	Por el cuarto trimestre de:		Acumulado al 31 de diciembre de:	
	1999	1998	1999	1998
México	76/22/02	77/21/02	76/22/02	75/22/03
Buenos Aires	75/24/01	76/23/01	76/23/01	77/22/01
Total	76/22/02	77/21/02	76/22/02	75/22/03

FEMSA Empaque

Volumen de Ventas Total (Millones de piezas)	Por el cuarto trimestre de:			Acumulado al 31 de diciembre de:		
	1999	1998	%Var	1999	1998	%Var
Latas	873	803	8.7	3,216	3,020	6.5
Hermetapas	3,089	2,887	7.0	12,765	11,048	15.5
Botellas	237	247	(4.0)	855	990	(13.6)
Cajas de cartón (m. m2)	31,571	26,986	17.0	107,198	98,283	9.1
Refrigeradores (miles)	16	16	-	97	134	(27.6)
Etiquetas	1,132	864	31.0	4,365	3,608	21.0
Volumen Exportación:						
Latas	68	83	(18.1)	198	303	(34.7)
Hermetapas	1,285	1,020	26.0	5,403	3,414	58.3
Tapa ecológica	203	204	(0.5)	422	559	(24.5)
Ventas exportación:						
Millones Ps.	157.8	182.7	(13.6)	549.9	633.5	(13.2)
US Millones	16.3	15.9	2.5	54.9	56.1	(2.1)

Porcentaje de ventas por cliente

	Por el cuarto trimestre de:			Acumulado al 31 de diciembre de:		
	1999	1998	%Var	1999	1998	%Var
Ventas intercompañías	55.9	53.1	2.8	51.8	53.3	(1.5)
FEMSA Cerveza	45.9	42.1	3.8	40.2	36.2	4.0
Coca-Cola FEMSA	10.0	11.0	(1.0)	11.6	17.0	(5.4)
Ventas a terceros	44.1	46.9	(2.8)	48.2	46.7	1.5
Nacional	35.5	37.3	(1.8)	40.2	38.1	2.2
Exportación	8.5	9.6	(1.1)	8.0	8.7	(0.7)
Total	100.0	100.0		100.0	100.0	

FEMSA Comercio

	Por el cuarto trimestre de:			Acumulado al 31 de diciembre de:		
	1999	1998	%Var	1999	1998	%Var
Tiendas totales				1,197	1,000	19.7
Tiendas maduras comparativas:						
Vtas prom. mensuales por tienda						
(Miles de pesos)	443.4	413.6	7.2	434.7	405.3	7.2
Ticket promedio por cliente (Ps.)	18.9	18.4	3.2	18.4	17.7	3.9
Tráfico prom mensual por tienda						
(Miles de personas)	23.4	22.5	3.9	23.6	22.9	3.3



ESTADO DE RESULTADOS CONSOLIDADO
 Por el cuarto trimestre y los doce meses terminados
 el 31 de diciembre de 1999 y 1998

Millones de Pesos constantes del 31 de Diciembre de 1999

BALANCE GENERAL

Al 31 de Diciembre de 1999 y 1998

Millones de Pesos constantes del 31 de Diciembre de 1999

	Por el cuarto trimestre de:			Acumulado al 31 de diciembre de:		
	1999	1998	%Var	1999	1998	%Var
Ventas netas	10,437	9,943	5.0	38,526	36,753	4.8
Otros ingresos de operación	25	42	(40.5)	101	173	(41.6)
Total ingresos	10,462	9,985	4.8	38,627	36,926	4.6
Costo de ventas	5,128	5,491	(6.6)	19,769	20,160	(1.9)
Utilidad bruta	5,334	4,494	18.7	18,858	16,766	12.5
Gastos de administración	892	799	11.6	3,275	2,882	13.6
Gastos de venta	2,649	2,346	12.9	9,587	8,684	10.4
Gastos de operación	3,541	3,145	12.6	12,862	11,566	11.2
	1,793	1,349	32.9	5,996	5,200	15.3
Part. en asociadas	21	5	320.0	49	59	(16.9)
Utilidad de operación	1,814	1,354	34.0	6,045	5,259	14.9
Gasto financiero	274	289	(5.2)	1,002	1,237	(19.0)
Producto financiero	(81)	(128)	(36.7)	(399)	(391)	2.0
Gasto financiero, neto	193	161	19.9	603	846	(28.7)
Fluctuación cambiaria	176	(189)	(193.1)	(112)	1,677	(106.7)
Ganancia por posición monetaria	(122)	(339)	(64.0)	(436)	(1,015)	(57.0)
Costo integral de financiamiento	247	(367)	(167.3)	55	1,508	(96.4)
Otros gastos	136	212	(35.8)	230	517	(55.5)
Utilidad antes de impuestos	1,431	1,509	(5.2)	5,760	3,234	78.1
Impuestos	420	294	42.9	1,852	975	89.9
Utilidad neta total	1,011	1,215	(16.8)	3,908	2,259	73.0
Utilidad mayoritaria	733	1,041	(29.6)	2,930	1,514	93.5
Utilidad minoritaria	278	174	59.8	978	745	31.3

	% Ingresos Totales			% Ingresos Totales		
	1999	1998	Var P.P.	1999	1998	Var P.P.
Ventas netas	99.8	99.6	0.2	99.7	99.5	0.2
Otros ingresos de operación	0.2	0.4	(0.2)	0.3	0.5	(0.2)
Total ingresos	100.0	100.0	-	100.0	100.0	-
Costo de ventas (*)	49.1	55.2	(6.1)	51.3	54.9	(3.6)
Utilidad bruta (*)	51.1	45.2	5.9	48.9	45.6	3.3
Gastos de administración	8.5	8.0	0.5	8.5	7.8	0.7
Gastos de venta	25.3	23.5	1.8	24.8	23.5	1.3
Gastos de operación	33.8	31.5	2.3	33.3	31.3	2.0
	17.1	13.5	3.6	15.5	14.1	1.4
Part. en asociadas	0.2	0.1	0.1	0.1	0.2	(0.1)
Utilidad de operación	17.3	13.6	3.7	15.6	14.3	1.3

(*) Calculado a ventas netas

ACTIVOS	1999	1998	% Var
Efectivo y valores de realización inmediata	2,598	2,462	5.5
Cuentas por cobrar	2,856	2,713	5.3
Inventarios	3,836	3,494	9.8
Pagos anticipados	430	389	10.5
Total Activo Circulante	9,720	9,058	7.3
Propiedad, planta y equipo, neto	25,422	26,240	(3.1)
Cargos diferidos y otros	5,334	5,299	0.7
TOTAL ACTIVOS	40,476	40,597	(0.3)

PASIVOS Y CAPITAL CONTABLE

Prestamos bancarios C.P.	821	2,687	(69.4)
Vencimientos del pasivo L.P. a C.P.	1,469	304	383.2
Intereses por pagar	137	151	(9.3)
Pasivo de operación	5,025	4,186	20.0
Total Pasivo Circulante	7,452	7,328	1.7
Prestamos bancarios L.P.	6,684	8,344	(19.9)
Obligaciones laborales	493	897	(45.0)
Otros pasivos	324	147	120.4
Total Pasivos	14,953	16,716	(10.5)
Interés Minoritario	7,628	7,528	1.3
Interés Mayoritario	17,895	16,353	9.4
Total Capital Contable	25,523	23,881	6.9
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	40,476	40,597	(0.3)

RAZONES FINANCIERAS

Liquidez	1.30	1.24	0.07
Cobertura de deuda (1)	14.97	9.31	5.66
Apalancamiento	0.59	0.70	(0.11)
Capitalización	0.28	0.35	(0.07)

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