



## **PARA DISTRIBUCIÓN INMEDIATA**

PARA MAYOR INFORMACIÓN:

Laura E. Solano/María Elena Gutiérrez  
Relaciones con Inversionistas  
Tels.: (018)328 6150/(018)328 6245  
e-mail: lsolmar@femsa.com.mx  
megutsan@femsa.com.mx

## **FEMSA ANUNCIA INFORMACIÓN FINANCIERA (NO AUDITADA) PARA EL PRIMER TRIMESTRE TERMINADO EL 31 DE MARZO DE 1998**

Monterrey, México, abril 28, 1998 - A continuación se presenta cierta información financiera no auditada de Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V. ("FEMSA" ó la "Compañía") (BMV:FEMSAB) para el primer trimestre terminado el 31 de marzo de 1998. FEMSA es una empresa controladora, cuyas principales actividades están agrupadas bajo las siguientes compañías sub-controladoras y realizadas por sus respectivas subsidiarias operativas: FEMSA Cerveza, S.A. de C.V. ("FEMSA Cerveza"), la cual participa en la producción, distribución y venta de cerveza; Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. ("Coca-Cola FEMSA"), la cual participa en la producción, distribución y venta de refrescos; FEMSA Empaques, S.A. de C.V. ("FEMSA Empaques"), la cual participa en la producción y distribución de materiales de empaque; FEMSA Comercio, S.A. de C.V. ("FEMSA Comercio"), la cual participa en la operación de tiendas de conveniencia; y 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.

Todas las cifras están expresadas en pesos constantes con poder adquisitivo al 31 de marzo de 1998 y fueron preparadas de acuerdo con Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México ("PCGA en México").

### **FEMSA Consolidado - Utilidad de Operación**

#### *Ingresos Totales/Ventas Netas*

Los ingresos totales consolidados de FEMSA incrementaron 10.1%, ascendiendo a Ps. 6,250 millones en el primer trimestre de 1998, en comparación con Ps. 5,677 millones registrados en el primer trimestre de 1997. Las ventas netas consolidadas crecieron 9.9%, ascendiendo a Ps. 6,193 millones y representaron el 99.1% de los ingresos totales registrados en el primer trimestre de 1998. El aumento en las ventas netas consolidadas se atribuyó al crecimiento en ventas registrado por cada una de las subsidiarias de la Compañía, con la excepción de FEMSA Cerveza que registró una disminución en sus ventas netas de 1.3% en el primer trimestre de 1998. Coca-Cola FEMSA, FEMSA Empaques y FEMSA Comercio lograron crecimientos en ventas de 9.7%, 4.3% y 18.0%, respectivamente.

### *Utilidad Bruta*

La utilidad bruta consolidada de FEMSA aumentó 13.4% ascendiendo a Ps. 2,732 millones en el primer trimestre de 1998, representando un margen bruto consolidado de 44.1% sobre las ventas netas consolidadas, en comparación con 42.7% del mismo período del año de 1997. El crecimiento en la utilidad bruta consolidada se atribuyó principalmente a FEMSA Cerveza, aunque Coca-Cola FEMSA, FEMSA Empaques y FEMSA Comercio también registraron crecimientos en su utilidad bruta.

### *Utilidad de Operación*

Los gastos de operación consolidados crecieron 11.1% en el primer trimestre de 1998 ascendiendo a Ps. 2,071 millones con respecto a Ps. 1,865 millones registrados en el primer trimestre de 1997. El crecimiento de la utilidad bruta consolidada excedió al crecimiento de los gastos de operación consolidados, lo que dio como resultado que la utilidad de operación consolidada (después de la participación en resultados de compañías afiliadas) aumentara 19.5%, ascendiendo a Ps. 661 millones en el primer trimestre de 1998, en comparación con Ps. 553 millones registrados en el primer trimestre de 1997. El margen de operación consolidado de la Compañía en el primer trimestre de 1998 fue de 10.6% sobre los ingresos totales consolidados, comparado con 9.8% obtenido en el primer trimestre de 1997. El crecimiento en el margen de operación consolidado se atribuye principalmente a mejoras operativas en FEMSA Cerveza, Coca-Cola FEMSA y FEMSA Comercio.

## **FEMSA Cerveza**

### *Ventas Netas*

Las ventas netas de FEMSA Cerveza disminuyeron 1.3% en el primer trimestre de 1998 ascendiendo a Ps. 2,298 millones en comparación con Ps. 2,329 millones registrados el primer trimestre de 1997, y los ingresos totales de Ps. 2,320 millones en el primer trimestre de 1998 decrecieron 1.1% con respecto al mismo trimestre del año anterior. Los embarques totales de FEMSA Cerveza disminuyeron 8.9% siendo 4,514 millones de hectolitros en el primer trimestre de 1998, comparados con 4,954 millones de hectolitros en el primer trimestre de 1997. Los embarques al mercado doméstico ascendieron a 4,259 millones de hectolitros en el primer trimestre de 1998, mostrando una disminución de 9.4%, en comparación con 4,703 millones de hectolitros del primer trimestre de 1997, debido principalmente al incremento en promedio de 23.0% en el precio de la cerveza implementado el 1 de Enero de 1998, así como al impacto de la creación de inventarios por parte de los detallistas a finales de diciembre de 1997, como respuesta al futuro incremento en el precio de la cerveza. El incremento en precios fue resultado principalmente del incremento en el impuesto especial del 19% al 25%, efectivo a partir del 1º de enero de 1998. Las presentaciones de lata representaron el 18.3% de los embarques al mercado doméstico en el primer trimestre de 1998, comparado con 18.6% del primer trimestre de 1997, y las presentaciones retornables representaron el 78.4%, que compara con el 77.6% del primer trimestre de 1997. Los embarques de exportación crecieron 1.6% a 255 mil hectolitros comparados con 251 mil hectolitros en el primer trimestre de 1997. Los embarques al mercado de Estados Unidos, nuestro principal mercado de exportación, se incrementaron en 20.3% en el primer trimestre de 1998 en comparación con el primer trimestre de 1997, y los embarques al mercado Latinoamericano disminuyeron de forma importante como resultado principalmente de la reorganización de la estructura de ventas en Brasil. Los ingresos de exportación decrecieron 3.7% ascendiendo a Ps. 148 millones en el primer trimestre de 1998, en comparación con Ps. 154 millones registrados en el primer trimestre de 1997. En términos de dólares, los ingresos de exportación crecieron 3.2%. Así, la disminución en las ventas netas fue resultado de que la disminución en los embarques fue superior al incremento en el precio real promedio por hectolitro, el cual incluye el efecto de mezcla de presentaciones, zonas de precios y descuentos.

### *Utilidad Bruta*

La utilidad bruta de FEMSA Cerveza aumentó 19.9% en el primer trimestre de 1998 ascendiendo a Ps. 1,127 millones de Ps. 940 millones en el primer trimestre de 1997. El incremento en la utilidad bruta se debió principalmente a una disminución del 15.2% en el costo de ventas. La disminución en el costo de ventas fue resultado de menores costos variables y costos de flete, debido a la disminución en los embarques en el mercado doméstico, así como a menores costos de materiales de empaque en términos reales y a la continua reducción en el costo de conversión como resultado de mayores eficiencias en los procesos de producción. Como resultado de la importante reducción en el costo de ventas, la cual fue superior a la reducción en las ventas totales, el margen de utilidad bruta de FEMSA Cerveza creció en 8.7 puntos porcentuales, llegando al 49.1% de las ventas netas en el primer trimestre de 1998, en comparación con el 40.4% obtenido en el mismo trimestre del año anterior.

### *Utilidad de Operación*

A pesar de la disminución en los embarques y del incremento en los gastos de operación, la utilidad de operación de FEMSA Cerveza creció 41.3% ascendiendo a Ps. 220 millones en el primer trimestre de 1998 en comparación con Ps. 156 millones registrados en el primer trimestre de 1997. El margen de operación en el primer trimestre de 1998, fue de 9.5% comparado con 6.6% del primer trimestre de 1997. Los gastos de operación crecieron 14.5% en el primer trimestre de 1998, principalmente como resultado de la continua inversión de FEMSA Cerveza en el posicionamiento de sus marcas, tales como mayores campañas de publicidad, mayores patrocinios, inversiones en reconocimiento de marca, así como estrategias de mercadeo en el punto de venta. FEMSA Cerveza incrementó su gasto comercial para impulsar los embarques nacionales con el fin de mitigar el impacto del incremento en el precio de la cerveza. Adicionalmente, la cobertura a nivel detallista de FEMSA Cerveza se ha incrementado en comparación al primer trimestre de 1997, reflejando una mayor penetración de su portafolio de marcas en las regiones de baja participación de mercado. Como resultado de la disminución en los embarques en conjunto con una mayor cobertura a nivel detallista, el gasto de venta fijo no se absorbió eficientemente.

## **Coca-Cola FEMSA**

### *Ventas Netas*

Coca-Cola FEMSA registró ventas netas de Ps. 2,449 millones en el primer trimestre de 1998, 9.7% superiores con respecto al primer trimestre de 1997, en el cual las ventas netas ascendieron a Ps. 2,233 millones. Los ingresos totales crecieron 9.6% ascendiendo a Ps. 2,482 millones en el primer trimestre de 1998 en comparación con Ps. 2,265 millones del primer trimestre de 1997. El crecimiento en las ventas netas se atribuye al crecimiento en el volumen de los territorios mexicanos. El volumen de ventas en los territorios mexicanos creció 25.0%, llegando a 89.5 millones de cajas unidad en el primer trimestre de 1998, lo que representó el 75.9% del volumen total de Coca-Cola FEMSA para dicho período. En el primer trimestre de 1998, el volumen de ventas en el Valle de México fue de 67.9 millones de cajas unidad, 23.1% superior al del mismo trimestre del año anterior, mientras que en el Sureste el volumen de ventas se incrementó 31.4% ascendiendo a 21.6 millones de cajas unidad, el cual incluye el volumen vendido en el territorio de Tapachula. El crecimiento en el volumen en los territorios mexicanos refleja la continua inversión en tecnología, la capacitación a la fuerza de ventas, la efectividad del sistema de preventa y la inversión en refrigeradores, así como mayores promociones. El volumen de ventas en el territorio de Buenos Aires se incrementó 6.0%, ascendiendo a 28.4 millones de cajas unidad en el primer trimestre de 1998 en comparación con 26.8 millones de cajas unidad vendidas durante el primer trimestre de 1997. Estas cifras excluyen el volumen vendido a otros embotelladores de Coca-Cola en Argentina. Los volúmenes de venta en el territorio de Buenos Aires fueron inferiores a los esperados debido a la intensificación de la competencia, principalmente en el canal de supermercados.

El crecimiento en ventas fue ligeramente inferior al crecimiento en el volumen de ventas en México, debido al incremento de las presentaciones grandes, las cuales se venden a un precio por onza menor que las presentaciones chicas. En el primer trimestre de 1998, aproximadamente el 58% del volumen vendido en los territorios mexicanos fue de presentaciones de un litro o mayores, comparado con el 55% del mismo período del año anterior. Adicionalmente, los precios promedio de los productos de Coca-Cola FEMSA continúan decreciendo en términos reales en 1998. El precio promedio real en México ha decrecido 1.5% en el primer trimestre de 1998. En Buenos Aires el precio promedio se ha disminuido 15.8% en términos reales, lo que impactó negativamente en las ventas netas, siendo estas 10.7% menores en el primer trimestre de 1998 con respecto al primer trimestre de 1997.

#### *Utilidad Bruta*

El costo de ventas de Coca-Cola FEMSA se incrementó 10.7% en el primer trimestre de 1998, ascendiendo a Ps. 1,409 millones comparado con Ps. 1,273 millones en el mismo trimestre del año anterior. El incremento en el costo de ventas se debió principalmente al crecimiento en el volumen, al incremento en el número de empleados de producción, en conjunto con el incremento real en salarios, así como mayores costos de las materias primas, resultado del incremento en la mezcla de presentaciones no retornables. Sin embargo, la utilidad bruta registrada por Coca-Cola FEMSA de Ps. 1,072 millones fue superior en un 8.1% a la generada en el mismo período de 1997, la cual ascendió a Ps. 992 millones. El margen de utilidad bruta de Coca-Cola FEMSA en el primer trimestre de 1998 fue de 43.8% en relación a las ventas netas, comparado con el 44.4% del mismo trimestre del año anterior.

#### *Utilidad de Operación*

La utilidad de operación después de la amortización del crédito mercantil, creció 14.6%, ascendiendo a Ps. 255 millones en el primer trimestre de 1998 en comparación con Ps. 222 millones del mismo trimestre de 1997. El margen de operación a ingresos totales creció de 9.8% en el primer trimestre de 1997 a 10.3% en el primer trimestre de 1998, no obstante la contracción en la utilidad de operación en el territorio de Buenos Aires. El incremento en la utilidad de operación se atribuye a los esfuerzos realizados para mejorar la productividad y contener los gastos de operación, los cuales se incrementaron 5.6% contra el mismo período del año anterior.

## **FEMSA Empaques**

#### *Ventas Netas*

FEMSA Empaques registró un crecimiento en ventas netas, antes de la eliminación de ventas intercompañías, de 4.3% en el primer trimestre de 1998, ascendiendo a Ps. 1,208 millones en comparación con Ps. 1,158 millones en el primer trimestre de 1997. El crecimiento en ventas se atribuye principalmente al crecimiento en los volúmenes de ventas de los productos de latas, refrigeradores y etiquetas, los cuales obtuvieron crecimientos del 17.5%, 105.5% y 5.7%, respectivamente. Los ingresos de exportación se incrementaron 49.9% ascendiendo en el primer trimestre de 1998 a Ps. 119 millones en comparación con Ps. 79 millones del primer trimestre de 1997, representando el 9.8% de las ventas netas contra el 6.8% obtenido en el mismo trimestre de 1997. En términos de dólares, los ingresos de exportación se incrementaron en 60.7% en el primer trimestre de 1998. Las ventas intercompañías fueron el 56.5% de los ingresos totales de FEMSA Empaques durante el primer trimestre de 1998 comparadas con 60.5% del mismo período del año anterior. En el primer trimestre de 1998 las ventas a FEMSA Cerveza representaron el 29.0% de las ventas de FEMSA Empaques, comparadas con el 42.1% del mismo trimestre de 1997, como resultado de la disminución en los embarques de cerveza en el mercado doméstico.

El precio de venta de los principales productos de FEMSA Empaques ha decrecido en términos reales, a pesar de los incrementos en los precios de las principales materias primas, los cuales no han sido transmitidos a los clientes, tanto filiales como clientes externos.

### *Utilidad Bruta*

El costo de ventas se incrementó 3.7% en el primer trimestre de 1998, ascendiendo a Ps. 898 millones en comparación con Ps. 866 millones del mismo período de 1997, como resultado del incremento en los costos de las principales materias primas en el primer trimestre de 1998, principalmente el incremento en el precio del aluminio. La utilidad bruta de FEMSA Empaques se incrementó 4.2% ascendiendo a Ps. 315 millones en comparación con Ps. 302 millones del mismo período del año anterior, y el margen de utilidad bruta a ventas netas permaneció constante en 26.1%.

### *Utilidad de Operación*

Los gastos de operación se incrementaron en 25.3% en el primer trimestre de 1998, principalmente por el crecimiento en la estructura de ventas y un crecimiento en gastos de flete. Como consecuencia de que el crecimiento en los gastos de operación fue mayor que el crecimiento en la utilidad bruta, la utilidad de operación decreció 4.7% en el primer trimestre de 1998, ascendiendo a Ps. 195 millones en comparación con Ps. 204 millones del mismo período del año anterior. En consecuencia, el margen de operación a ingresos totales se disminuyó del 17.5% en el primer trimestre de 1997 al 16.0% en el primer trimestre de 1998.

## **FEMSA Comercio**

### *Ventas Netas*

Las ventas netas de FEMSA Comercio se incrementaron 18.0% durante el primer trimestre de 1998, ascendiendo a Ps. 807 millones en comparación con Ps. 684 millones del período comparable de 1997. El crecimiento en ventas se debió principalmente al incremento del 8.8% en el número total de tiendas, las cuales se incrementaron de 828 en el primer trimestre de 1997, a 901 en el primer trimestre de 1998. Las ventas promedio por tienda se incrementaron 6.8%, mientras que las ventas promedio por tienda maduras comparativas se incrementaron 10.3%, ambas con respecto al primer trimestre de 1997. El tráfico promedio por tienda se incrementó 12.0% en el primer trimestre de 1998, ascendiendo a 20,651 clientes en comparación con 18,406 clientes del período comparable del año anterior y la compra promedio por cliente disminuyó en 3.0% ascendiendo a Ps. 13.6 en comparación de Ps. 14.1, registrada en el primer trimestre de 1997.

### *Utilidad Bruta*

El costo de ventas se incrementó 20.0% en el primer trimestre de 1998, ascendiendo a Ps. 609 millones en comparación con Ps. 507 millones en el período comparable de 1997. FEMSA Comercio registró una utilidad bruta de Ps. 198 millones, 12.1% superior a la registrada en el primer trimestre de 1997, la cual fue de Ps. 176 millones. El margen bruto de FEMSA Comercio fue de 24.5% de las ventas netas, presentando una ligera disminución con respecto a 25.8% obtenido en el mismo período de 1997. La contracción en el margen bruto se debe principalmente a la estrategia de precios implementada por FEMSA Comercio, que consiste en que los productos de alta frecuencia de compra mantengan precios similares a los de los supermercados, cuyo objetivo es incrementar el tráfico de clientes y consecuentemente las ventas.

### *Utilidad de Operación*

Los gastos de operación crecieron 9.7% reflejando el crecimiento en el número de tiendas, mayores gastos promocionales y publicitarios relacionados con una mayor cobertura geográfica y mayores actividades promocionales en los territorios existentes. No obstante el incremento en los gastos de operación, el gasto promedio por tienda permaneció constante. FEMSA Comercio registró una utilidad de operación de Ps. 17 millones en el primer trimestre de 1998, 46.5% superior a la utilidad de operación de Ps. 11 millones registrada en el primer trimestre de 1997. El margen de operación creció a 2.1% de las ventas totales en el primer trimestre de 1998 en comparación con el 1.7% obtenido en el primer trimestre del año anterior.

### **Amoxxo**

A marzo 31 de 1998, 24 centros de servicio se encontraban en operación. En el primer trimestre de 1998, Amoxxo registró ventas netas de Ps. 177 millones comparadas con Ps. 28 millones en el primer trimestre de 1997, y generó una pérdida de operación de Ps. 7 millones comparada a una pérdida de operación de Ps. 17 millones del primer trimestre del año anterior.

### **FEMSA Consolidado**

#### *Utilidad Neta*

No obstante los resultados de operación favorables mostrados por FEMSA, la utilidad neta consolidada en el primer trimestre de 1998 decreció 74.9% ascendiendo a Ps. 107 millones en comparación con Ps. 427 millones generados en el primer trimestre de 1997, como resultado del incremento en el costo integral de financiamiento y una mayor tasa promedio de impuestos.

En el primer trimestre de 1998, FEMSA registró un costo integral de financiamiento de Ps. 398 millones, comparado con una ganancia de Ps. 35 millones en el mismo período del año de 1997, como resultado principalmente de una disminución significativa en la ganancia por posición monetaria y un importante incremento en la pérdida cambiaria. Los gastos financieros netos se incrementaron 8.6% ascendiendo a Ps. 202 millones en el primer trimestre de 1998 en comparación con Ps. 186 millones del mismo trimestre de 1997, como resultado de la disminución del 23.0% en los productos financieros, los cuales al primer trimestre de 1998 fueron Ps. 47 millones mientras que en el mismo período del año anterior ascendieron a Ps. 61 millones. La ganancia por posición monetaria fue de Ps. 183 millones en el primer trimestre de 1998, que compara con Ps. 276 millones del mismo trimestre de 1997, reflejando el decrecimiento en la tasa de inflación. La devaluación del peso frente al dólar en el primer trimestre de 1998 fue de 5.8%, en comparación con 0.3%, ocurrida en el primer trimestre de 1997, lo que dio como resultado que se generara una pérdida cambiaria en el primer trimestre de 1998 de Ps. 379 millones, mientras que en el mismo trimestre de 1997 se generó una pérdida de Ps. 55 millones.

FEMSA y sus subsidiarias registraron una provisión de impuestos de Ps. 136 millones en el primer trimestre de 1998 en comparación con Ps. 150 millones registrados en el mismo período de 1997. Lo anterior da como resultado que la tasa promedio de impuestos durante el primer trimestre de 1998 sea superior a la del período comparable del año anterior, debido a una menor utilización de pérdidas fiscales así como al hecho de que una parte importante de la pérdida cambiaria corresponde a FEMSA holding, la cual no genera utilidades fiscales. En la medida en la que los negocios vayan generando mayores utilidades, siempre y cuando el peso no se devalúe de forma importante, se disminuirá la tasa promedio de impuestos de la Compañía.

La utilidad neta mayoritaria se disminuyó un 84.1% ascendiendo a Ps. 55 millones en el primer trimestre de 1998. La utilidad neta mayoritaria se ve afectada por el hecho de que FEMSA holding tiene pasivos bancarios denominados en dólares y el resultado integral de financiamiento correspondiente a estos pasivos afecta únicamente al interés mayoritario.

FEMSA es la compañía integrada de bebidas más grande de México con exportaciones a numerosos países en todo el mundo, incluyendo los Estados Unidos, Latinoamérica y Europa. Fundada en 1890, FEMSA produce y distribuye, a través de su subsidiaria FEMSA Cerveza, 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 produce latas de bebidas y alimentos, botellas de vidrio, hermetapas, etiquetas, cartón y refrigeradores comerciales. FEMSA Comercio opera OXXO, la cadena de tiendas de conveniencia más grande de México.

*Todas las cifras en este reporte han sido reexpresadas en pesos constantes de cierre al 31 de marzo de 1998; por lo tanto, todos los incrementos porcentuales están expresados en términos reales. La reexpresión se determinó como sigue:*

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

*2. Para los resultados generados por las operaciones en Buenos Aires, Argentina, : (i) para convertir las cifras de 1998 en pesos mexicanos se utilizó el tipo de cambio del 31 de marzo de 1998 (Ps. 8.513 por peso argentino) y (ii) para las cifras de 1997 se utilizó el Índice Nacional de Precios al Consumidor en Argentina y posteriormente se convirtieron a pesos mexicanos utilizando el tipo de cambio al marzo 31 de 1998 (Ps. 8.513 por peso argentino)*

- sigue 1 página de tablas -

**INFORMACIÓN FINANCIERA (NO AUDITADA) SELECTA DE FEMSA Y SUS SUBSIDIARIAS**

Por los tres meses terminados el 31 de marzo de:

Millones de pesos constantes al 31 marzo de 1998

	<b>FEMSA Cerveza</b>	<b>Coca-Cola FEMSA</b>	<b>FEMSA Empaques</b>	<b>FEMSA Comercio</b>	<b>FEMSA Consolidado</b>
<b>Ventas Netas</b>					
1998	2,298	2,449	1,208	807	6,193
1997	2,329	2,233	1,158	684	5,637
<b>Ingresos Totales</b>					
1998	2,320	2,482	1,213	807	6,250
1997	2,346	2,265	1,168	684	5,677
<b>Costo de Ventas</b>					
1998	1,193	1,409	898	609	3,518
1997	1,406	1,273	866	507	3,268
<b>Utilidad Bruta</b>					
1998	1,127	1,072	315	198	2,732
1997	940	992	302	176	2,409
<b>Utilidad de Operación <sup>2</sup></b>					
1998	220	255 <sup>1</sup>	195	17	661 <sup>1</sup>
1997	156	222 <sup>1</sup>	204	11	553 <sup>1</sup>
<b>Depreciación</b>					
1998	150	84	46	9	291
1997	136	80	47	7	272
<b>Inversiones en activo fijo</b>					
1998	325	261	135	13	788
1997	196	101	172	22	544
<b>% Margen Bruto <sup>3</sup></b>					
1998	49.1	43.8	26.1	24.5	44.1
1997	40.4	44.4	26.1	25.8	42.7
<b>% Margen de Operación <sup>4</sup></b>					
1998	9.5	10.3	16.0	2.1	10.6
1997	6.6	9.8	17.5	1.7	9.8

<sup>1</sup> Incluye amortización crédito mercantil.

<sup>2</sup> Después de servicios administrativos pagados a FEMSA, los cuales se eliminan en la consolidación.

<sup>3</sup> Margen bruto calculado sobre ventas netas.

<sup>4</sup> Margen de operación calculado sobre ingresos totales.