



PARA MAYOR INFORMACIÓN:
Laura E. Solano/María Elena Gutiérrez
Relaciones con Inversionistas
Tels.: (8)328 6150/(8) 328 6245
e-mail: lsolmar@femsa.com.mx
megutsan@femsa.com.mx

FEMSA ANUNCIA RESULTADOS POR EL TERCER TRIMESTRE Y LOS PRIMEROS NUEVE MESES DE 1997

DATOS SOBRESALIENTES III TRIMESTRE 1997

- FEMSA Consolidado:** Las ventas totales crecieron 14%; la utilidad de operación aumentó 104% y la utilidad neta creció 62%. La UPA fue de Ps. 1.24 equivalente a US\$ 0.16.
- FEMSA Cerveza:** El volumen doméstico aumentó 9.1%; la utilidad de operación creció 134.7%; el margen de operación aumentó 9.5 puntos porcentuales, llegando a 18.2%.
- Coca-Cola FEMSA:** Las ventas totales aumentaron 13.6%; la utilidad de operación creció 105.2%; el margen de operación se incrementó en 6.0 puntos porcentuales, alcanzando 13.4%.
- FEMSA Empaques:** Las ventas totales crecieron 12.7%; el margen de operación fue de 17%.
- OXXO:** Las ventas totales crecieron 15.3% y las ventas de tiendas maduras comparativas aumentaron 5.6%

Monterrey, México, octubre 28, 1997 - Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V. (FEMSA), la compañía de bebidas totalmente integrada más grande de México, anunció el día de hoy sus resultados por el tercer trimestre y primeros nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1997.

FEMSA y Subsidiarias - Resultados Consolidados **Por el tercer trimestre terminado en septiembre 30, 1997**

Las ventas consolidadas de FEMSA y Subsidiarias durante el tercer trimestre de 1997 fueron de 6,037 millones de pesos, 14.0% mayores en términos reales comparadas con el mismo período de 1996, como resultado del incremento en ventas de sus cuatro subsidiarias: FEMSA Cerveza, 11.7%; Coca-Cola FEMSA, 13.6%; FEMSA Empaques, 12.7% y OXXO, 15.3%.

El costo de ventas representó el 54.3% de las ventas, 5.1 puntos porcentuales menor al del período comparable del año anterior, debido a la continua estabilidad, y en algunos casos, disminución de los precios de sus principales materias primas (granos y materiales de empaque). La utilidad bruta aumentó 29% en términos reales sobre el mismo período de 1996, llegando a 2,760 millones de pesos, representando el 45.7% de las ventas.

Los gastos de operación aumentaron 8% en términos reales, llegando a 1,815 millones de pesos ó 30.1% de las ventas, 1.9 puntos porcentuales menos que en 1996. La utilidad de operación del tercer trimestre de 1997 fue de 957 millones de pesos, 104% mayor en términos reales a la del mismo trimestre de 1996. El margen de utilidad de operación a ventas fue 15.9%, un importante incremento de 7.0 puntos porcentuales sobre el mismo período del año anterior.

El costo integral de financiamiento continuó siendo impactado por la disminución en la tasa de inflación (3% el tercer trimestre de 1997 vs. 4.6% el tercer trimestre de 1996), por una revaluación del peso de solo 2% correspondiente al tercer trimestre de 1997 y por menores ingresos financieros, debido a tasas de interés descendentes. El costo integral de financiamiento fue negativo (ganancia) por 128 millones de pesos, comparado con un costo negativo (ganancia) por 97 millones del mismo período del año anterior. Considerando otros gastos por 40 millones de pesos, las utilidades antes de impuestos ascendieron a 1,045 millones de pesos, 80% mayores en términos reales a las de 1996. Los impuestos para el período fueron de 186 millones de pesos, resultando en una tasa de impuestos (impuestos/utilidad antes de impuestos) de 17.8% para el trimestre.

La utilidad neta consolidada para el tercer trimestre de 1997 fue 62% mayor en términos reales a la del tercer trimestre del año anterior, llegando a 859 millones de pesos. La utilidad neta mayoritaria para el tercer trimestre de 1997 fue de 670 millones de pesos ó 1.24 pesos por acción.

CIFRAS OPERATIVAS SOBRESALIENTES

(Por el tercer trimestre y los primeros nueve meses terminados el 30 de septiembre de 1997)

NOTA: Con el propósito de facilitar su comparación durante todo este año, los Estados de Resultados de FEMSA Cerveza, FEMSA Empaques y FEMSA Comercio (OXXO), se presentarán desglosando los servicios administrativos cobrados por FEMSA (y por Labatt en el caso de FEMSA Cerveza). Dichos servicios administrativos fueron implementados y/o modificados durante 1996 y a principios de 1997. Durante 1996, los resultados de estas empresas se presentaron sin incluir estos servicios, para hacerlos comparativos con los resultados de 1995. Estos servicios no se cobran en el caso de Coca-Cola FEMSA.

FEMSA Cerveza

Los volúmenes de cerveza para el tercer trimestre y primeros nueve meses de 1997 fueron como sigue:

Doméstico	(Miles de hectolitros)					
	III Trimestre			Nueve Meses		
	1997	1996	% Var.	1997	1996	% Var.
Retornable	4,384	4,035	8.6	12,493	12,010	4.0
No retornable	180	186	(3.2)	554	614	(9.8)
Latas	826	719	14.9	2,491	2,268	9.8
Total Doméstico	5,390	4,940	9.1	15,538	14,892	4.3
Exportación	327	257	27.2	947	780	21.4
MM Dólares	22	17	29.4	63	53	18.9
Total Dom.+Exp.	5,717	5,197	10.0	16,485	15,672	5.2

El volumen doméstico creció 9.1% comparado con el mismo trimestre del año anterior y, como referencia a los niveles alcanzados antes de la crisis de 1995, creció 11.0% por encima del volumen alcanzado el tercer trimestre de 1994, lo cual confirma el auge que comienza a tener la industria cervecera debido a la recuperación de la economía y al incremento en los índices de empleo.

FEMSA Cerveza continúa aplicando su estrategia de portafolio de marcas, enfocándose en la mejora y crecimiento de la preferencia de sus marcas en aquellas regiones en donde históricamente han tenido baja presencia en el mercado. Sol continúa siendo la marca con mayor tasa de crecimiento sostenido en la industria cervecera mexicana durante los últimos años, mostrando un aumento de 77.6% sobre el mismo trimestre de 1996, representando el 12.8% del portafolio doméstico de FEMSA Cerveza.

Durante el tercer trimestre de 1997, las presentaciones en lata, cuyo precio es mayor, crecieron 14.9%, obteniendo el más alto crecimiento observado desde 1994.

El crecimiento del volumen de exportación del tercer trimestre de 1997 fue de 27.2%, principalmente como resultado de la reestructuración de las operaciones internacionales implementada durante 1996, así como de un mayor enfoque a aquellos países que hemos seleccionado como mercados meta. El volumen de exportación para nuestras principales marcas fue: Tecate, 25.7%; Dos Equis ámbar, 17.1%; Sol, 31.0% y XX Lager, 22.7%. Las exportaciones a Norteamérica (Estados Unidos y Canadá), a donde exportamos 76.5% de nuestro volumen total, aumentaron 32.6%.

Los resultados de operación para el tercer trimestre y primeros nueve meses de 1997 fueron como sigue:

FEMSA Cerveza

(Millones de pesos de cierre al 30 de Septiembre de 1997)

	III Trimestre			Nueve Meses		
	1997	1996	% Var.	1997	1996	% Var.
Ventas totales	2,578.7	2,308.8	11.7	7,315.6	6,998.3	4.5
Costo de ventas	1,297.9	1,396.4	(7.1)	3,915.5	4,244.3	(7.7)
Margen bruto	1,280.8	912.4	40.4	3,400.1	2,754.0	23.5
Gastos de operación	804.0	704.0	14.2	2,265.7	2,161.6	4.8
Ut. de operación antes de la part. Labatt USA	476.8	208.4	128.8	1,134.4	592.4	91.5
Part. in Labatt USA	12.3	11.0	11.8	32.3	34.0	(5.0)
Ut. de operación	489.1	219.4	122.9	1,166.7	626.4	86.3
Servicios admvos.	20.5	19.7	4.1	60.4	58.7	2.9
Ut. de op. con servicios	468.6	199.7	134.7	1,106.3	567.7	94.9
Depreciación	119.9	131.1	(8.5)	374.1	426.2	(12.2)
Otros cargos virtuales	78.7	39.6	98.7	212.4	144.3	47.2
Flujo bruto de operación	667.2	370.4	80.1	1,692.8	1,138.2	48.7

Porcentaje de ventas:

	1997	1996	p.p	1997	1996	p.p
Utilidad de operación	19.0	9.6	9.4	15.9	8.9	7.0
Ut. op. con servicios	18.2	8.7	9.5	15.1	8.1	7.0
Flujo bruto de operación	25.9	16.1	9.8	23.1	16.3	6.8

Las ventas totales de FEMSA Cerveza crecieron 11.7% para el tercer trimestre de 1997 debido al crecimiento del volumen doméstico, a la ligera recuperación del precio real, y al crecimiento de la presentación en lata, 54% más cara en promedio que la presentación de 12 onzas en envase retornable.

El costo de ventas disminuyó 7.1% durante el trimestre debido a los siguientes factores:

- Los precios internacionales de la cebada y malta se han estabilizado en niveles muy por debajo de los niveles observados en 1996, influyendo en el precio de la cosecha doméstica.

- Los precios de materiales de empaque han crecido muy por debajo de la inflación debido a la fortaleza del peso, así como a sinergias logradas entre FEMSA Cerveza y FEMSA Empaques al haber compartido este último los beneficios obtenidos por haber negociado el abastecimiento de aluminio para todo el año, a precios muy bajos. Es importante mencionar que solo aproximadamente 18% del Costo de Ventas está expuesto al tipo de cambio del peso sobre el dólar americano, directamente en el caso de la malta y lúpulo importados, e indirectamente en el caso de la lata de bebidas y hermetapas.
- Una mayor absorción de costos fijos y economías de escala logradas debido a la producción de un mayor volumen absoluto, tomando como referencia el volumen producido durante el mismo trimestre de 1994, en un sistema que ha aumentado su capacidad instalada marginalmente, a un costo muy bajo por hectolitro.
- Reducción del costo de conversión/producción del sistema, debido a incrementos importantes en productividad (hectolitros por hombre) en todas las plantas; a la implementación de programas para reducir mermas de extracto; a la habilidad de continuar expandiendo capacidad instalada con inversiones marginales, y a las eficiencias logradas gracias a mejoras tecnológicas.

Los gastos de operación aumentaron 14.2% en el trimestre; sin embargo, se mantuvieron relativamente estables como porcentaje de ventas, creciendo solo 0.8 puntos porcentuales. Lo anterior es el resultado de mayores gastos en publicidad y patrocinio de eventos, así como a efectos estacionales de gastos en medios de comunicación. Durante el trimestre se lanzaron una nueva campaña de imagen para Tecate y la presentación de Sol en lata, como resultado de los continuos esfuerzos para posicionar nuestro portafolio de marcas de acuerdo con los gustos y preferencias de los diversos consumidores de cerveza. Los gastos de operación acumulados a los primeros nueve meses del año han aumentado en línea con el incremento en los ingresos.

El costo comercial y los gastos de mercado han permanecido constantes como porcentaje de ventas. Este importante logro confirma el hecho de que los volúmenes están creciendo sin inversión adicional en el mercado, lo que ha permitido reorientar recursos a las estrategias para aumentar la preferencia de los consumidores por nuestras marcas.

La utilidad de operación aumentó 134.7% y el margen de utilidad de operación a ventas se expandió en 9.5 puntos porcentuales, llegando a 18.2%.

Las inversiones en activos fijos durante el tercer trimestre de 1997 ascendieron a 36.7 millones de dólares. Los proyectos más importantes son el aumento de capacidad de la planta de Toluca; innovaciones tecnológicas para aumentar la capacidad de elaboración y embotellado en las planta de Monterrey y al reemplazo de equipo y mejoras en la red de distribución. La nueva casa de cocimientos en la planta de Toluca se encuentra ya operando a una capacidad de 5.4 millones de hectolitros por año, comparada con una capacidad anterior de 4.5 millones de hectolitros por año.

Coca-Cola FEMSA

Durante el tercer trimestre de 1997, Coca-Cola FEMSA continuó obteniendo ganancias significativas de participación de mercado, así como conservando la tendencia de crecimiento observada durante el año al generar sólidos volúmenes y mejorar sus márgenes de operación. En 1997 se están cosechando los beneficios de inversiones a largo plazo en materia de tecnología de información y en la gente que la está utilizando.

Los volúmenes de refrescos del tercer trimestre de 1997 fueron como sigue:

Volúmenes de Venta (Millones de Cajas Unidad)

	III Trimestre			Nueve Meses		
	1997	1996	%	1997	1996	%
Valle de México	67.8	54.2	25.1	186.7	156.2	19.5
Sureste	19.3	17.3	11.6	54.8	48.7	12.5
Buenos Aires	24.7	22.9	7.8	73.1	71.9	1.7
Total	111.8	94.4	18.4	314.6	276.8	13.7

Mezcla de Productos por Presentación (Volumen Retornable/No Retornable)

	III Trimestre		Nueve Meses	
	1997	1996	1997	1996
Valle de México	56/44	62/38	57/43	62/38
Sureste	68/32	84/16	71/29	86/14
Buenos Aires	29/71	43/57	34/66	47/53
Total	52/48	62/38	54/46	62/38

Mezcla de Producto (Volumen Colas/Sabores)

	III Trimestre		Nueve Meses	
	1997	1996	1997	1996
Valle de México	78/22	81/19	79/21	81/19
Sureste	74/26	74/26	74/26	75/25
Buenos Aires	78/22	77/23	76/24	74/26
Total	77/23	79/21	77/23	78/22

Los resultados de operación fueron como sigue:

Coca-Cola FEMSA y Subsidiarias
(Millones de pesos de cierre al 30 de septiembre de 1997)

	III Trimestre			Nueve Meses		
	1997	1996	% Var.	1997	1996	% Var.
Ventas totales	2,236.5	1,968.3	13.6	6,483.0	5,835.8	11.1
Costo de ventas	1,224.4	1,122.4	9.1	3,562.7	3,391.9	5.0
Margen bruto	1,012.1	845.9	19.6	2,920.7	2,443.9	19.5
Gastos de operación	695.7	681.7	2.1	2,095.1	2,009.6	4.3
Ut. de op. antes de la amortización del crédito mercantil	316.4	164.2	92.7	825.6	434.3	90.1
Amort. del crédito mercantil	17.7	18.6	(4.8)	53.2	52.9	0.6
Utilidad de Operación	298.7	145.6	105.2	772.4	381.4	102.5
Depreciación	63.8	60.2	6.0	199.0	177.9	11.9
Otros cargos virtuales	111.5	104.7	6.5	316.9	282.6	12.1
Flujo bruto de operación	474.0	310.5	52.7	1,288.2	841.9	53.0
Porcentaje de ventas:						
	1997	1996	p.p.	1997	1996	p.p.
Utilidad de operación	13.4	7.4	6.0	11.9	6.5	5.4
Flujo bruto de operación	21.2	15.8	5.4	19.9	14.4	5.5

México

El volumen de cajas unidad vendido en los territorios mexicanos (el Valle de México y el Territorio del Sureste) creció 21.8% mostrando un incremento de 10.9% sobre el tercer trimestre de 1996. El volumen de ventas fue de 87.1 millones de cajas; 67.8 millones en el Valle de México (un incremento de 25.1%) y 19.3 millones de cajas unidad en el Territorio del Sureste (un incremento de 11.6%). El importante aumento en volumen fue impulsado principalmente por el continuo crecimiento de participación de mercado y el desarrollo de nuevos canales de distribución. Estos éxitos se atribuyen al incremento en el número de refrigeradores en el mercado, así como al uso de computadoras portátiles para entender y servir mejor las necesidades de nuestros clientes.

Durante el tercer trimestre de 1997 no hubo incrementos en precios. Los precios disminuyeron 1.7% en términos reales en comparación con el tercer trimestre de 1996. Las ventas netas en los dos territorios crecieron 19.7%, alcanzando la cantidad de 1,527.7 millones de pesos, como resultado del incremento en el volumen.

La utilidad bruta del trimestre alcanzó 735.0 millones de pesos, 28.0% mayor que la cifra comparable de 1996, mientras que el margen bruto pasó de 45.0% a 48.1%. Este crecimiento se debe principalmente a las importantes economías de escala logradas a través del incremento en los volúmenes de ventas y a la disminución de los precios en términos reales de ciertos materiales de empaques y otras materias primas .

La utilidad de operación ascendió a 274.9 millones de pesos durante el trimestre, lo que representó un incremento de 80.7% y un margen de utilidad de operación a ventas de 18.0%, un incremento de 6.1 puntos porcentuales sobre el tercer trimestre de 1996. El flujo de operación (utilidad de operación más depreciación, amortización y otros cargos virtuales incluyendo gastos por la rotura de botellas retornables) alcanzó 351.3 millones de pesos, 40.6% más que en 1996.

Argentina

El volumen de ventas de Coca-Cola FEMSA de Buenos Aires S.A. ("KOFBA") aumentó 7.9% durante el tercer trimestre de 1997, alcanzando los 24.7 millones de cajas unidad. KOFBA experimentó un ligero incremento en participación de ventas contra su principal competidor, al tiempo que la entrada de nuevos participantes al mercado ocasionó un ligero decremento en participación de mercado contra el mercado total.

Las ventas netas crecieron 0.6% durante el tercer trimestre de 1997 al llegar a A\$88.7 millones, mientras que el crecimiento de otros ingresos de operación ocasionó que las ventas totales aumentaran 2% sobre el período comparable del año anterior. Las fuertes ganancias en otros ingresos de operación fueron impulsadas por ingresos asociados a un volumen adicional de 0.7 millones de cajas unidad producidas y vendidas para los embotelladores de Coca-Cola vecinos durante el trimestre. El margen bruto mantuvo el mismo nivel que la cifra comparable de 1996, llegando a 40.1% como porcentaje de las ventas netas.

La utilidad de operación de KOFBA fue de A\$4.6 millones en el tercer trimestre de 1997, la cual se compara muy favorablemente con los A\$0.8 millones logrados durante el tercer trimestre de 1996. El incremento en los márgenes operativos de la compañía fue debido principalmente a eficiencias operativas tales como la reducción de aproximadamente 13% en la planta laboral como consecuencia del cierre de uno de los centros de distribución, el cambio en la mezcla de ventas (pre-venta/convencional) y de eficiencias administrativas debidas a la automatización de ciertas áreas financieras.

El flujo de operación pasó de A\$7.8 millones a A\$15.8 millones en el tercer trimestre de 1997.

Adquisición del 25% restante de KOFBA

En septiembre 19 de 1997 la compañía adquirió el 25% restante de Coca-Cola FEMSA de Buenos Aires, S.A. (KOFBA), el embotellador más grande de Coca-Cola en Argentina, de The Coca-Cola Export Corporation, una subsidiaria de The Coca-Cola Company. Con esta transacción, KOF posee el 100% de las acciones de KOFBA.

De acuerdo con los términos del acuerdo para ejercer dicha opción con The Coca-Cola Export Corporation, KOF pagó US\$ 98.46 millones por el restante 25% del capital accionario. La adquisición fue financiada a través de deuda bancaria corto plazo por US\$

75 millones y recursos internos por US\$ 23.46 millones. La adquisición de KOFBA resultó en la generación de un crédito mercantil por 44 millones de pesos argentinos, los cuales se amortizarán en un período de 20 años.

Resultados Consolidados

La mejora en las operaciones de KOF México y KOFBA durante el tercer trimestre de 1997 permitieron que la utilidad de operación consolidada creciera 105.2%, alcanzando 298.7 millones de pesos (incluyendo la amortización por el crédito mercantil atribuible a KOFBA).

El margen de utilidad de operación a ventas consolidado fue de 13.5%, un incremento de 6.1 puntos porcentuales sobre el mismo trimestre de 1996. El flujo de operación consolidado creció 57.3%, llegando a 474.0 millones de pesos en el tercer trimestre de 1997.

El costo integral de financiamiento durante el tercer trimestre de 1997 fue de 29.0 millones de pesos, el cual se compara desfavorablemente con 13.6 millones de pesos reportado para el tercer trimestre de 1996. El incremento se debe principalmente a la disminución en la posición monetaria de la Compañía, derivada de un menor nivel de inflación registrado durante el tercer trimestre de 1997.

KOF también experimentó otros gastos por 19.6 millones de pesos. Los gastos extraordinarios se debieron a pagos por indemnización asociados con la reducción de personal en Buenos Aires y a la baja de activos no utilizados. La Compañía anticipa que estos representarán un ahorro de aproximadamente 38.9 – 46.7 millones de pesos (US\$5 mill. – US\$6 mill) como resultado de las reducciones en Buenos Aires.

La utilidad neta consolidada fue de 174.5 millones de pesos durante el tercer trimestre de 1997, lo que representa un incremento de 54.6% sobre el periodo comparable de 1996. La utilidad neta mayoritaria y la utilidad neta mayoritaria por acción fueron de 170.6 millones de pesos y 0.36 pesos (US\$ 0.46 por ADR) respectivamente, 52.7% mayores que en el periodo comparable de 1996.

Otros Aspectos

La Compañía considera implementar un programa de recompra de acciones a través de recompras periódicas de acciones serie "L" ADSs (American Depositary Shares) en el mercado abierto. Hasta septiembre 30 de 1997 la Compañía tenía 92,250,000 acciones en circulación, retenidas por el público en forma de acciones serie "L" y ADSs. Durante la Asamblea de Accionistas celebrada en abril de 1995 la Compañía fue autorizada para establecer un fondo por \$ 159.1 millones (aproximadamente US\$ 20 millones) para futuras recompras de acciones de la Compañía.

FEMSA Empaques

Los volúmenes de los principales productos de FEMSA Empaques para el tercer trimestre y primeros nueve meses de 1997, fueron como sigue:

Millones de unidades	III Trimestre			Nueve Meses		
	1997	1996	% Var.	1997	1996	% Var.
Doméstico						
Latas	675	495	36.4	1,855	1,480	25.3
Hermetapas	2,617	2,613	0.2	7,525	7,952	(5.4)
Botellas de vidrio	236	140	68.6	701	453	54.7
Cajas cartón (miles m ²)	22,345	17,040	31.1	64,198	48,131	33.4
Refrigeradores (miles.)	25	19	29.5	84	53	58.5
Etiquetas	821	806	1.9	2,452	2,580	(5.0)
Exportaciones						
Latas	86	17	405.9	160	61	162.3
Hermetapas	613	523	17.2	1,755	1,537	14.2
Tapas de lata	136	26	423.1	395	180	119.4
Ingresos. (MM dólares)	14.8	9.5	55.8	38.0	27.4	38.7

Los volúmenes para el tercer trimestre aumentaron en todas las líneas de productos de FEMSA Empaques, como consecuencia de la recuperación de la industria de bebidas en general. Los volúmenes de latas de bebidas aumentaron 36.4% como resultado de una mayor demanda por cerveza y refrescos en presentaciones de lata y ventas más altas al mercado abierto. El volumen de hermetapas permaneció estable, compensando las exportaciones de estos productos, la caída de la industria doméstica. Los volúmenes de botellas de vidrio y cartón continuaron creciendo, reflejando el aumento en la capacidad instalada de ambos productos. El volumen de refrigeradores comerciales aumentó 29.5%, como consecuencia de las estrategias implementadas por los embotelladores de refrescos, para aumentar la disponibilidad de producto frío en puntos de venta.

La integración de ventas de FEMSA Empaques fue como sigue:

Porcentaje de ventas por categoría de cliente:

	III Trimestre			Nueve Meses		
	1997	1996	Var.p.p.	1997	1996	Var.p.p.
Ventas intercompañías:	72.2	70.4	(1.9)	61.9	61.9	-
FEMSA Cerveza	48.4	56.3	(7.9)	42.3	49.6	(7.3)
Coca-Cola FEMSA	23.8	14.0	9.8	19.6	12.3	7.3
Ventas terceros:	27.8	29.6	(1.9)	38.1	38.1	-
Domésticas	18.6	23.4	(4.8)	30.6	32.2	(1.6)
Exportaciones	9.2	6.2	3.0	7.5	5.9	1.6

Los resultados de operación fueron:

FEMSA Empaques
(Millones de pesos de cierre al 30 de septiembre de 1997)

	III Trimestre			Nueve Meses		
	1997	1996	% Var.	1997	1996	% Var.
Ventas totales	1,112.0	986.8	12.7	3,287.5	3,057.7	7.5
Costo de ventas	832.2	751.2	10.8	2,448.2	2,367.7	3.4
Utilidad bruta	279.8	235.6	18.8	839.3	690.0	21.6
Gastos de operación	80.5	74.1	8.6	245.6	194.3	26.4
Utilidad de operación	199.3	161.5	23.4	593.7	495.7	19.8
Servicios administrativos	10.7	7.3	45.3	32.9	18.3	79.2
Ut. de op. con servicios	188.6	154.2	22.4	560.8	477.4	17.5
Depreciación	43.5	38.5	13.0	127.7	120.0	6.4
Otros cargos virtuales	2.6	2.3	13.0	6.5	5.3	22.6
Flujo bruto de operación	234.7	195.0	20.4	695.0	602.7	15.3

Porcentaje de ventas:

	1997	1996	p.p.	1997	1996	p.p.
Utilidad de operación	17.9	16.4	1.5	18.0	16.2	1.8
Ut. de op. con servicios	17.0	15.6	1.4	17.1	15.6	1.5
Flujo bruto de operación	21.1	19.8	1.3	21.1	19.7	1.4

Las ventas totales de FEMSA Empaques para el trimestre aumentaron 12.7% como resultado de volúmenes más altos en todas las líneas de productos y de precios más altos en las botellas de vidrio y cartón. Los precios de todos los otros productos han permanecido constantes, con excepción del precio de la lata de bebidas, que ha caído aproximadamente 5% en términos de dólares.

El costo de ventas fue de 832.2 millones de pesos, ó 74.8% de las ventas, una disminución de 1.3 puntos porcentuales sobre el mismo período de 1996, como resultado de la continua estabilidad y/o disminución de los precios de algunas de las principales materias primas de FEMSA Empaques, la mayoría de las cuales fue transferida a los clientes vía menores precios; una tasa de devaluación por debajo de la inflación; negociaciones sumamente favorables en la compra de materia prima, y continuos aumentos en productividad.

Los gastos de operación aumentaron 8.6%, representando 7.2% de las ventas como resultado de una mayor estructura de ventas para apoyar el crecimiento de las ventas al mercado abierto, incluyendo exportaciones. Sin embargo, como porcentaje de ventas, disminuyeron 0.3 puntos porcentuales comparados con el mismo trimestre de 1996.

La utilidad de operación aumentó 22.4% en términos reales y el margen de utilidad de operación a ventas alcanzó 17.0%, 1.4 puntos porcentuales sobre el período comparable del año anterior.

Las inversiones en activo fijo para el tercer trimestre de 1997 ascendieron a 14.6 millones de dólares, dirigidas a los siguientes proyectos: incremento en la velocidad de las líneas de lata; cambio en el tamaño de tapas de lata; aumentos en la capacidad de conversión de cartón; mantenimiento y reparación de los hornos de vidrio, de la línea de decorado dual y otras inversiones.

FEMSA Comercio (OXXO)

Los datos operativos sobresalientes de OXXO fueron como sigue:

	III Trimestre			Nueve Meses		
	1997	1996	Var.	1997	1996	Var.
Total tiendas	855	795	60	855	795	60
Tiendas nuevas	19	19	-	55	44	11
Tiendas cerradas	6	4	2	23	36	(13)
Ventas promedio						
Totales (miles pesos)	274.3	253.6	8.1%	255.1	245.2	4.0%
Tiendasmaduras comparativas/mes (miles ps.)	278.9	264.1	5.6%	259.1	253.6	2.2%
Compra promedio (ps./cliente)	12.4	12.6	(1.6)%	12.6	12.8	(1.6)%
Tráfico promedio mes (miles)	22.1	20.2	9.4%	20.3	19.1	6.3%

Los resultados de operación fueron:

FEMSA Comercio, S.A. de C.V. y Subsidiarias (Millones de pesos de cierre al 30 de septiembre de 1997)

	III Trimestre			Nueve Meses		
	1997	1996	% Var.	1997	1996	% Var.
Ventas totales	770.9	668.8	15.3	2,107.7	1,894.1	11.3
Costo de ventas	583.9	496.9	17.5	1,580.8	1,405.6	12.5
Utilidad bruta	187.0	171.9	8.8	526.9	488.5	7.9
Gastos de operación	167.5	154.6	8.3	477.0	442.9	7.7
Utilidad de operación	19.5	17.3	12.7	49.9	45.6	9.4
Servicios admvos.	2.3	2.0	17.2	6.3	5.7	11.3
Ut. de op. con servicios	17.2	15.3	12.1	43.6	39.9	9.2
Depreciación	5.9	5.9	0.0	18.4	17.5	5.1
Otros cargos virtuales	6.3	6.0	5.0	18.3	17.1	7.0
Flujo bruto de operación	29.4	27.2	7.9	80.3	74.5	7.7

Porcentaje de ventas:

	1997	1996	p.p.	1997	1996	p.p.
Utilidad de operación	2.5	2.6	(0.1)	2.4	2.4	0.0
Ut. de op. con servicios	2.2	2.3	(0.1)	2.1	2.1	0.0
Flujo bruto de operación	3.8	4.1	(0.3)	3.8	3.9	(0.1)

Las ventas totales aumentaron 15.3% para el tercer trimestre, como resultado del crecimiento de 5.6% en las ventas de tiendas maduras comparativas, y de la suma de 22 tiendas nuevas a la cadena. Los gastos de operación aumentaron 8.3%, representando el

21.7% de las ventas totales, ó 1.4 puntos porcentuales menores a los del tercer trimestre de 1996. El margen de utilidad de operación a ventas fue de 2.2%, muy similar al del mismo período del año anterior.

Las inversiones en activos fijos ascendieron a 3.5 millones de dólares.

AMOXO

Al final del tercer trimestre de 1997 se encontraban en operación 13 centros de conveniencia OXXO Express y 11 estaban en construcción.

Los centros de conveniencia OXXO Express continúan teniendo una excelente aceptación del público automovilista.

En la medida en que AMOXO alcance un número significativo de centros de conveniencia en operación, empezaremos a reportar los resultados de esta subsidiaria.

FEMSA es el grupo de bebidas totalmente integrado 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 ámbar 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 para 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 de cierre al 30 de septiembre de 1997; 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 propósitos de comparación en los estados financieros de Coca-Cola FEMSA, las cifras de 1996 correspondientes a KOFBA se reexpresaron usando la inflación argentina y se convirtieron a pesos mexicanos utilizando el tipo de cambio de septiembre 30 de 1997 (7.7850 pesos argentinos por peso mexicano)

-se incluyen tres tablas-



ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO
Al 30 de Septiembre de:
Millones de pesos constantes de Septiembre de 1997

ACTIVOS	1997	1996	PASIVOS Y CAPITAL	1997	1996
Efectivo	1,971	947	Préstamos bancarios	1,125	670
Cuentas por cobrar	1,699	1,661	Vencim. C.P. del L.P.	278	5,029
Inventarios	2,583	2,564	Intereses por pagar	150	128
Pagos anticipados	277	282	Proveedores	1,405	1,303
Impuestos por recuperar	15	54	Cuentas por pagar	1,376	960
Activo Circulante	6,545	5,508	Pasivo Circulante	4,334	8,090
Inv. en acciones y otros	341	403	Préstamos bancarios	7,550	2,819
Propiedad, planta y equipo, neto	18,039	18,479	Obligaciones laborales	951	752
Otros activos	2,835	2,123	Otros pasivos	107	206
TOTAL ACTIVOS	27,760	26,513	Total Pasivos	12,942	11,867
			Capital Minoritario	4,317	4,395
			Capital Mayoritario	10,501	10,251
			Total Capital	14,818	14,646
			PASIVO Y CAPITAL	27,760	26,513

RAZONES FINANCIERAS	1997	1996
Circulante	1.51	0.68
Cobertura (1)	5.61	3.78
Apalancamiento	0.87	0.81
Capitalización	0.39	0.49

(1) Flujo de operación + Productos Financieros / Gastos Financieros



ESTADO DE RESULTADOS
Cifras por el Tercer Trimestre de :
Millones de pesos constantes de Septiembre de 1997

	México			México + Buenos Aires		
	1997	1996	% var	1997	1996	% var
Ventas totales	5,341	4,587	16	6,037	5,277	14
Costo de ventas	2,855	2,713	5	3,277	3,132	5
Utilidad bruta	2,486	1,874	33	2,760	2,145	29
Gastos de operación	1,549	1,400	11	1,797	1,669	8
Part. compañías asociadas	12	11	9	12	11	9
Ut. de operación antes de amortiz crédito mercantil	949	485	96	975	487	100
Amortiz del crédito mercantil	10	12	(17)	18	19	(5)
Utilidad de operación	939	473	99	957	468	104
Gasto financiero				226	262	(14)
Producto financiero				77	71	8
Gasto financiero, neto				149	191	(22)
Fluctuación cambiaria				(130)	(6)	-
Ganancia por posición monetaria				147	282	(48)
Costo int. financiamiento				(128)	(97)	(32)
Otros (gastos) prod, neto				(40)	14	-
Utilidad antes de impuestos				1,045	579	80
Impuestos				186	50	272
Utilidad neta				859	529	62
Utilidad Neta Mayoritaria				670	439	53
Utilidad Neta Minoritaria				189	90	110
Utilidad por acción (UPA)				1.24	0.81	53
Depreciación	213	221	(4)	236	239	(1)
Otros cargos virtuales	139	121	15	203	157	29
Total cargos virtuales	352	342	3	439	396	11
Flujo de operación	1,291	815	58	1,396	864	62



ESTADO DE RESULTADOS
Cifras acumuladas al 30 de Septiembre de:
Millones de pesos constantes de Septiembre de 1997

	México			México + Buenos Aires		
	1997	1996	% var	1997	1996	% var
Ventas totales	14,938	13,626	10	17,159	15,697	9
Costo de ventas	8,148	8,041	1	9,475	9,350	1
Utilidad bruta	6,790	5,585	22	7,684	6,347	21
Gastos de operación	4,458	4,140	8	5,253	4,946	6
Part. compañías asociadas	32	34	(6)	32	34	(6)
Ut. de operación antes de amortiz crédito mercantil	2,364	1,479	60	2,463	1,435	72
Amortiz del crédito mercantil	34	36	(5)	53	53	-
Utilidad de operación	2,330	1,443	61	2,410	1,382	74
Gasto financiero				694	758	(8)
Producto financiero				195	270	(28)
Gasto financiero, neto				499	488	2
Fluctuación cambiaria				(41)	(49)	(16)
Ganancia por posición monetaria				532	1,062	(50)
Costo int. financiamiento				(74)	(623)	88
Otros (gastos) prod, neto				(106)	20	-
Utilidad antes de impuestos				2,378	2,025	17
Impuestos				650	404	61
Utilidad neta				1,728	1,621	7
Utilidad Neta Mayoritaria				1,326	1,411	(6)
Utilidad Neta Minoritaria				402	210	91
Utilidad por acción (UPA)				2.45	2.61	(6)
Depreciación	657	694	(5)	725	750	(3)
Otros cargos virtuales	394	352	12	566	464	22
Total cargos virtuales	1,051	1,046		1,291	1,214	6
Flujo de operación	3,381	2,489	36	3,701	2,596	43